COAY Books

目录
Content

- 精美选图(图)(1)
- 精美选图(图)(2)
- 精美选图(图)(3)
- 精美选图(图)(4)
- 图书目录
- 衣柜里的降落
- BCBG后遗症
- “劳”动人民
- 不给A货任何机会
- 还是不给A货任何机会
- 国产LV
- OL战衣
- 花不棱登
- 博客时装精
- 穿着的是动物凶猛
- 还敢穿？
- 国王、王后、魔衣橱
- 服装店店员守则
- 多少是多，多少是少
- 实“袋”考察
- 非常美，非常贵
- 推手，还是杀手
- 姐姐妹妹闯北京
- 我能想到的最得意的事
- 迷失在·译中
- 一山只容二奶
- 我爱你，但与你无关
- 谁动了我的Gucci
- 邪爱Crossover
- Gucci的诅咒

- 谁动了我的Gucci
- 谁拯救了Gucci
- 穿在北京
- 金童出街
- 潮童
- 奢侈地杀你
- 当毛衣已成往事
- 睡，睡，睡衣
- 恭迎西太后之假勒比海盗
- 恭迎西太后之垃圾孩儿气质
- 你从哪里来
- 蓝标，黑标
- “上海滩”之殇
- 送信的，还是卖票的
- 牛魔王
- Levi"s1966
- 生命中不能承受的牛仔之贵
- 雪柄、卫衣和冷衫
- 有“皮”气

精美选图(图)(1)

精美选图(图)(2)

精美选图(图)(3)

精美选图(图)(4)

图书目录

PART1：BCBG后遗症
BCBG后遗症2
“劳”动人民4
不给Ａ货任何机会6
还是不给Ａ货任何机会8
国产LV10
OL战衣12
花不棱登14
博客时装精16
穿着的是动物凶猛18
还敢穿？ 24
国王、王后、魔衣橱26
服装店店员守则28
多少是多，多少是少32
实“袋”考察34
非常美，非常贵36
推手，还是杀手38
姐姐妹妹闯北京40
我能想到的最得意的事42
迷失在·译中44
一山只容二奶46
我爱你，但与你无关48
PART2：谁动了我的Gucci
邪爱Crossover50
Gucci的诅咒52
谁动了我的Gucci54

谁拯救了Gucci56
穿在北京58
金童出街60
潮童62
奢侈地杀你64
当毛衣已成往事66
睡，睡，睡衣68
恭迎西太后之假勒比海盗70
恭迎西太后之垃圾孩儿气质72
你从哪里来74
蓝标，黑标76
“上海滩”之殇78
送信的，还是卖票的80
牛魔王82
Levi"s196684
生命中不能承受的牛仔之贵86
雪柄、卫衣和冷衫88
有“皮”气90
PART3：Logo少年丢人事件
怪就一个字94
Logo少年丢人事件96
穿PRADA的手机98
大而嘎100
穿得像个男人102
如果只有一件衣104
戴什么，别戴眼镜106
穿破它，还是撑爆它108
没法三弄110

PeopleMountainPeopleSea112
大衣门114
加油，好男孩116
玲姐，开门！118
男人装还是装男人120
特卖场赶集（第一天）122
特卖场赶集（第二天）124
甜蜜蜜，还是甜腻腻126
猩猩之爱，可以燎原128
想和你一起去巴黎看看秀130
一生一世一对鞋132
一件衣服的经济学134
PART4：Outlet传说
Outlet传说138
她只有一个好妹妹140
“Only”一家人142
给?穿？穿给??144
四大鞋王146
靴战到底148
以帽取人150
冬日三宝152
又“红”又专154
购物版饮鸩止渴156
羽绒豪门158
明洞不是“洞”160
明洞也是“洞”162
中产阶级置衣观164
走进动物园166

“箱”思168
后记170

衣柜里的降落

序言

Liar

一个人从飞机上跳下来，他戴着巨大的风镜，遥远的看下去，是的，美妙的?山与河流，色彩斑斓。他可以在空中大呼美好，并?起蘑菇云一样的降落伞，像一场核战争刚在他的头顶诞生。他打算降落，并在地面上寻找一个可圈可点的地方，他喜欢海洋，但他无法像水鸟一样从水面上再度起飞;他喜欢伟大而神秘的森林，但是狮子和老虎正等待着他;他喜欢有山丘起伏的平原，但那里是私人的高尔夫球场;他还喜欢静谧的村庄和朴实无华的农民，但是他不忍心打扰他们："城市怎么样？"他问自己，远处的灯火正召唤着他，他无法容忍在降落之后还要从某个大厦的楼顶溜出去，以免被保安和闻讯而来的警察审问。

于是他决定在空中漂浮一会儿。

风呼啸过他的耳边，他闭上眼，感受着他将要做出的选择，是的，在天空里，他感受到自己的心里涌动着几种纯粹的价值，自由，宽容，力量，美。这时他睁开眼睛，忽然一个硕大的衣柜带着尖利的呼啸声，像一个跳水运动员路过他的身边，落到了地面上，扬起一片尘土，是的，这就是我要降落的地方。衣柜的门打开着，像一个预约的承诺等候着他，他的内心听见上帝的声音说，你如果懂得自由，宽容，力量和美，却没有爱，就如同漂浮的纸片一般没有意义，去吧，衣柜里有你无限的爱。于是他?紧了降落伞，坚定的，向衣柜飞去。

一切都平静了。

他细数着衣柜里的品牌：PRADA，Armani，Dunhill，Dsqared2一件一件，他知道这些品牌在人间的来历，就像知道自己的生日;他了解这些品牌对人们做出的承诺：我们确实，为美的追求贡献了我们的智慧和力量。他知道正有人从远方赶来，为了一份可以吃饱穿暖的工作，也有人在早晨上班之前面对着衣柜发呆，但这一切，都无法阻挡

他对这些品牌的喜好，因为每一件衣服和饰品，都是他内心的一个侧面，一个瞬间。他并不炫耀什么，就像男人不炫耀力量，女人不炫耀柔软，宗教不炫耀高尚。

那只是他人生的一部分，在购买中的人生。他细数着这些品牌，就像细数着自己的心跳，平缓，同样的充满着酸甜苦辣，最重要的是，他热爱这样的人生。

于是从衣柜里出来，他趁着无人打扰的夜晚写了一本书，叫做《In买Life》。

他坚信一件事，穿着PRADA，戴着劳力士，并不妨°内心仰望星空，也不会迷失在选择的面前。世俗生活和精神生活不应该被划分得那么明确，它们并不相悖，如果世间的万物平等，那么它们都闪烁着本质的光芒。所以他的衣柜里，有人生百态，有情感，有单纯，也带来了面对世界的轻松和自信。

没有什么比自由与光明正大的选择更值得赞许了，祝各位在读完这本书时，和我的朋友周周一样，降落在自己选择的人生里。而每一天的这个时刻，无论在人世，在天空，还是地铁的拥挤中，都能听见自己和他人的心跳，感受到生命的动人和美妙。

BCBG后遗症

不管后来出席什么派对，不管派对里的人长得多么山清水秀，也顾不上跟人家品品香槟撞撞±，更顾不上低声细语用伦敦腔交流一下本地荤段子，我总是迫不及待地盯着人家的晚礼服后面的领口，看那上面的Logo是不是也写着BCBG……

BCBG后遗症

别看我平时很爱臭显摆，但事实上我是个很内向的人儿。内向的最集中表现就是我特不喜欢往人多的地方扎堆儿……尤其是那些Party。所以这么些年，没去过太多“爬蹄”，但好歹也是去过几个，算是吃过猪肉也见过猪跑了。

记得第一次去Party就很“大牌”，当年LV为纪念新西兰帆船队勇夺美洲±出了纪念款旅行袋，于是搞了个大“爬蹄”。刚好我好友的爸爸是当地的太平绅士，自然算是名流被邀请之列。原本打算只是去蹭吃蹭喝，却被要求穿西装出席，幸好有准备，出国时我带了一套西装，预备毕业典礼时穿。来到派对，看着人家个个唇红齿白，穿西装的我不怎么留意，穿晚礼的还是很吸引我的目光。在那场派对上，青葱年少眼睛很“贼”的我至少看到三位“晚礼”女士领口后面的Logo上都写着BCBG。于是，在我幼小的心里BCBG就成了晚礼服的代名词。

没过多久，回国休假到秀水市场采购，那时候的秀水市场主业还是假名牌。那一年我清楚地记得每个摊位上都挂着BCBG，但是还确实是应了那句老话“别以为穿了身四位数以下的也叫晚礼服，它正确的叫法是吊带裙”。因为在秀水我真是没见过一件跟那次LV派对上类似的BCBG。再后来，圣诞节在香港海港城，第一次见到了BCBG真身店铺，于是知道香港人圣诞时会有很多派对可以去腐败，因为BCBG店铺里面简直是人满为患。看到“本家”才真正感觉到BCBG和一般的美式风格品牌有很大不同，在衣架上常见的不是休闲服，而是线条流畅

的礼服裙装。查过资料才明白这是因为BCBG的设计师MaxAzria曾在法国长期居住，因此在BCBG中，弥漫着一股优雅的法国范儿……

BCBG终于在北京开了第一家店。紧邻着她的那些也来自美国的姐妹：DKNY和COACH。从门口路过，我没敢进去，因为里面有数名女子都香肩外露后背大裸地试着晚礼服。看来这个时候进入中国还是对了，这些年越来越多的国人也有机会参加派对。好面子的国人不能总拿做工逼真的Dior、Gucci礼服蒙人吧，再说得有多殷实的家底才敢穿着正价需要六位数的假礼服出席派对呀？好在现在有了BCBG，一下子就给了小富阶层三碗“面”：场面、情面、体面。

不管后来出席什么派对，不管派对里的人长得多么山清水秀，也顾不上跟人家品品香槟撞撞±，更顾不上低声细语用伦敦腔交流一下本地荤段子，我总是迫不及待地盯着人家的晚礼服后面的领口，看那上面的Logo是不是也写着BCBG……

“劳”动人民

听过这样一个江湖传说：在谭鱼头，涮着涮着，同桌的两个美女较起劲来，美人A嘴欠，非说别人送给美人B的“金劳”是假货。美人B二话不说，摘下来扔进火锅里，咕嘟了十五分钟那“金劳”完好无损……

上面传说中提到的“金劳”就是黄金版劳力士（ROLEX）。相信“金劳”对于我们这些看着港台录像带长大的一代并不陌生，它时常出现在众多黑道老大逃亡的场景中，正所谓“山穷水尽疑无路，当只金劳押一铺”，可以说是“跑路”必备佳品——戴上一块“金劳”，到达逃亡目的地，先进当铺当掉，也算是下马问前程了。对于当铺来说，二叔公们不喜欢iPod、不喜欢PSP、不喜欢IWC和LV，只认劳力士，相信在二十世纪七十年代的香港，再没有一样银行不受理的东西比“劳”更具有认知性了。

“金劳”到底价值几何，好事的我查了劳力士的官方资料，发现这所谓的“金”并不是24K纯金，而是18K的。想想也是，众位大哥谁也不愿意戴着跟手铐一样重量的手表行走江湖。2005年这种“金劳”作价10万港币左右，因为材料为黄金与钢材，简称为“金钢”，不过这款曾经是财富象征的劳力士早被贴上了暴发户的标签，所以现在已少有人戴。

2005年是劳力士创牌100周年，百年的经验，对瑞士的制表工业而言，算不上悠久。最起码它不会像百达斐丽那样描述它的创业故事：“X百年前，在一个小镇上，有一个老头儿，在昏暗的油灯下，鼓捣着一堆钟表元件……”但这并不妨°它成为腕表界的万人迷，似乎在香港人人都喜欢劳力士：村屋的陈师奶、山顶的李老板、中环的陈警司、电视台的马监制、旺角的潮流蛊惑仔人人都是“劳”动人民。上学的时候，我的几个香港同学都戴着“劳”，而且他们讲起劳力士都是头头是

道，给各款手表起了极其生动的名字：平民黑面369、绿圈防水Submariner，钻石豹纹Daytona??绝对有雅俗共赏的威力。

说到这里，千万不要以为劳力士就是俗套和暴富的代名词，其实他们也是“劳”动人民：切·格瓦?，这位历史上最酷的革命型男挚爱一块1953年版的黑面潜水系列，直到1967年遇害时这块劳力士被玻利维亚的美国CIA头子抢走，后来成为法庭上的有力证物。安迪·沃霍尔，想不到吧，这位前卫艺术神一般的大佬也是劳力士的狂热粉丝。不过安迪老头儿戴的是一块1931年版的女装劳力士，这是劳力士第一款自动上弦腕表，在那个年代也是最昂贵的表款了，幸好他是仙风道骨般的瘦，戴上也只是有些闷骚而已。海明威，他喜欢皮带的球面劳力士，带有浓浓的书卷气，据说他1954年上台领诺贝尔文学奖都是戴着这块表。

再怎么说，劳力士的入门价也是在港币10000元左右。我们提倡的是：工薪消费，贵族享受。喜欢劳力士，也有另一种方法，Seiko和Dusty都出过精致的·版名款“劳”，价格在千元上下。戴着它们，你一样可以“扮猪吃老虎”般地行走江湖。

不给A货任何机会

我在淘宝上发现了一家卖Ａ货皮包的店铺，按道理这没什么可说的，像这样的店网络上至少有上万家。但这家店铺是与众不同的，不同之处在于开业一年虽然没做成一桩生意，但被点击数量超高。不但点击高，留言的看客也颇多，有趣的是，所有的留言都是声讨之声，大家都义愤填膺，好像就差雇个荆轲一样的义士把店主做掉。仔细看下去，原因只有一个：这家Ａ货店里每个包包都超过3000元人民币。

其实店主真的很老实，一直在强调自己卖的是Ａ货，而不是像其他大多数人一样，明明卖的是狗肉，非要挂个羊头。但他也错了，错在无论活儿再好，那也是Ａ货，Ａ货卖到了逼近正品三分之一的价钱，摆出一付“东风吹战鼓擂，我是Ａ货我怕谁”的架势。

说实在的，在内地Ａ货如此猖獗，有一个重要原因是被大家忽略的：那就是二手市场的不完备和不繁荣。曾经逛过一家在建外SOHO的二手店，这是当时我在内地见过的唯一一家，给我的印象是货品稀疏，门庭冷落，不知道现在还撑不撑得住。在香港看过很多家二手名牌店，它们以时尚名都的地名作为招牌，比如米兰站、巴黎站、或者法国站、意大利站。而且每一站都有很多分店，每一家生意也都出奇地好，好到他们每一季还会做出二手包袋的排行榜和走势图。比如2007年第一季，米兰站二手名袋热销榜第一名就是ChanelCoco"cabas黑色漆皮手挽袋，这款手袋走的不是Chanel的传统端庄稳重的路子，亮亮的漆皮表面加上超大的“双Ｃ”Logo，没有点内力您还真是镇不住它。就是这么个“黑山老妖”发售价是8500港币，现在二手的炒卖价最低也要12800港币，真是“卖家多大胆，买家多大产”。

这款Coco"cabas我也见过Ａ货，而且是超Ａ，定价800元人民币。但是行家都知道，漆皮包是最难做Ａ的，要不然现在那么多人靠做假LV发财，但它的漆皮系列很少出现像样的Ａ货。于是，排在第三名的便是LV黑色／白色漆皮LV-InylMonogramSquichy手挽袋，这一款比

Chanel那个更“奢”，漆皮压花，通体Logo，还外带超大金属铭牌，原价14000，因为马上要有金色和银色上市，所以现在只升了一点，16000就可以拿下。回过头来看，它们两个可以打败Ａ货，胜在材质和技术的特别。不知道会不会有较劲的Ａ货生产商看到这篇我代人家写的“文”就会发奋图强刻苦钻研漆皮做Ａ工艺，要是这样，那好戏就才刚刚开始。

买东西就是这样，千帆阅尽你才知道真的和假的区别到底在哪里。是Ａ货就要摆正自己的位置，回到它应有的价格和去处，反正你不能把菜刀卖成倚天剑，用拖把充当屠龙刀……

还是不给A货任何机会

还想接着说那个二手名袋热销榜，很出乎我意料，二手热卖的第二名是Hermès米色BirkinBag，原价55000港币，现价已经高出一半，将近80000的天价。真是有点“你伤害了我，还一笑而过”的架势……

关于这个手袋，我有太多话想说。几年前，在一个Ａ货店里看到过一本名牌图鉴，有点常识的读者都知道，很多Ａ货供货商处都会摆本名牌包袋“天书”，上面按照牌子做出图录，列出细节，标注价格，消费者可以按图索骥以最接近正品的方式消费Ａ货。这类天书一般只有日本才出，我也邮购过几本，看过后真的很长见识。扯远了，说回到第一次看到的那本名牌图鉴上，那时我发现所有奢华包袋中最“奢”的居然是一个叫BirkinBag的Hermès手袋，都是一个样子，各种各样的颜色，普遍售价超过人民币100000，当时就吓得我够呛。后来，在韩国的Hermès超级概念店里也看见过这个BirkinBag，一样是个天价。

很奇怪，这个BirkinBag样子十分古板，甚至可以说是老气，而且长久可以看见，应该不是“复刻”产品，天价来自何处呢？一查资料，才知道这个Birkin是二十多年来Hermès的心头爱。Birkin始于1984年，以法国歌星JaneBirkin的名字命名，有30CM、35CM、40CM、45CM等四个不同的类型，皮质却有90种不同的素材与颜色可以选择（牛皮，羊皮，猪皮，以及比较珍贵的鳄鱼皮，鸵鸟皮以及蜥蜴皮）原价50000多只是基本起步价，最贵的一款超过300000元。这样的天价，还是有长到泛滥的WaitingList，因为每只包都是师傅们手工制作的，制作一个皮包需要三个月，所以，通常在订购后，要六个月到一年后才能取到货??

这款包包，很少见到Ａ货，是因为它的气场太强，强到Ａ货制造商都不敢近身。本来吗，以BirkinBag的强势，相信内地的拥有者不会超过1000个，这1000个人估计还有不少是近亲。难怪在《SexandTheCity》里Samantha说过当她拥有Birkin的时候就是她功成

名就之时，只是可惜她在整部剧集中都没有拿到过。在二手名牌市场，和Birkin齐名的还有Hermès的Kelly包，这个KellyBag因为是摩洛哥王妃GraceKelly怀孕的时候用鳄鱼皮的Hermès手袋来掩饰因怀孕而隆起的肚皮，当时《Life》用这个封面作了封面，于是Hermès先生就用Kelly的名字来命名这款手袋。现在要买这个包包，同样是要排队等候，少则半年，多则三五年。

我觉得，有了这两款掘金传家宝，Hermès就可以向时尚界大喊“又有人花重金订制了，又有人花重金订制了，Birkin立功了，Kelly立功了，不给Ａ货生产商任何的机会”……

国产LV

终于拿到了新一季的LV名录，赶快·开，来确认LV2007春夏发布会上MarcJacobs真的设计了一款LV红白蓝尼龙袋，一个?常现身于《中国大案录》抛尸现场的红白蓝尼龙袋。其实，发布会第二天就已经看到了那张模特走秀的照片，但是一个月以后我还不敢相信这个事实。真是前有周星驰之《国产007》，后有Marc哥的“国产LV”……

这一个月里，我看过很多人在Blog里解析这款LV红白蓝尼龙袋，都说她们曾?有一个“梦想”——就是有朝一日有着“国产LV”之称的红白蓝尼龙袋，可以获得真的LV认同，走上巴黎天桥。不管是不是马后炮，终于这位来自美国的大胆设计师MarcJacobs让众人的梦想成为现实，惊世骇俗之举堪称时装界的“梦想中国”。即便英国《独立报》说这款红白蓝LV为历来“最荒谬可笑”的手袋，但“红白蓝”可以登上世界时尚舞台绝对是破天荒头一遭，而且这款尼龙版LV要到2007年才会发售，到时候会不会上架，会不会在亚洲上架都还是未知数。虽然这样评说为我国增光的Marc哥有点不厚道，但这个话题这时候不说，真的有点浪费了??

首先，官方资料说这款红白蓝尼龙LV其实不是尼龙的，甚至也不是帆布的，而是实实在在的皮革。想不到吧？依照这个质地，我推测要是真的上架，价钱应该超过20000元人民币，绝对是史上最贵红白蓝尼龙袋。其次，这一款不只是红白蓝一种搭配这么简单，还有金+白的一版，非常有型，个人建议尼龙袋工厂赶快紧跟潮流，推出这一款，赶上春运，一定大卖！另外，从资料上看，这个红白蓝还分大小两款，大款更加传神，小款则更像“手袋”，fans可以各取所需。

外电说MarcJacobs设计这个红白蓝是脑子出了问题，我却不这么看。因为这一季的LV整个都是在玩“垃圾孩儿”的范儿，除了红白蓝尼龙，还有七彩扣子手袋——就是在皮手袋上钉满了各种颜色的纽扣，远了看就像七彩癞蛤蟆；杂锦牛仔袋——在上两季大卖的牛仔LV的基

础上，手袋上缝满了各色牛仔补丁，补丁还不够，线头也明目张胆露在外面，我禁不住想问LV什么时候找来了VivienneWestwood做了设计师？

不过这些还是“强”不过红白蓝尼龙LV。我在想如果有一天有幸可以见到Marc哥，我一定要问他这个手袋是不是LV为主打中国城乡结合部市场准备的，或者专门为2007中国铁路春运特别定制。

OL战衣

听说百分之九十九的美国人都自称是中产阶级。北京人其实也不差，有条件两天内（包括两天）换一次衬衫的中青年都觉得自己是个白领。不过白领就像革命家一样，肯定不是自封的。不要以为去写字楼打卡上班，中午不用带饭盒，吃吃吉野家与大食代这类快餐，一个礼拜泡两次酒吧，一个月陪老板吃一次海鲜，后半夜一点可以去唱一百块一小时的钱柜，早上六点可以起身去打六块钱一局的保龄，这样就算是白领了。

这个道理，我跟刚刚下岗再就业的老婆讲了很多遍。言传不如身教，做了OL之后的她，直到要选购上下班可以穿的衣服时，才明白“白领”的真谛……

首先，作为一个OL，?来的衣服大多数都不可以穿了。为什么？道理很简单，办公室有办公室礼仪标准，裙子不可以太短，鞋跟不能太高，穿短裤上班更不可以，吊带装统统作废。要买成熟一点的衣服，要买包裹得严实一点的衣服。去哪里呢？国贸？恐怕不合适，一个白领的月薪只能买半件MaxMara，虽然这个牌子是我认为最合适的职业女装。穿PRADA或者Chanel？更不可能了吧？她每天的工作就是跟那些穿着真假PRADA的大小魔鬼周旋，而那个用Chanel武装到牙齿的就是她的老板。

随后转战东方广场。MNG，按道理是不错的——?济实惠，款式都很大牌，价钱都很工薪。但是你知道在东方广场工作的人有多少穿着MNG吗？看看他们店里全年无休全年火爆的购物场面，你就会明白穿MNG上班撞衫的几率有多高。接下来呢？G-star？太年轻。Diesel？太狂野。Only？太村姑。FCUK？太街头。5cm？太搞怪。最后的结果只能是一无所获……

一个月后的一天，老婆下班回来，眼圈发青，浑身汗臭，头发油腻地贴在头皮上，指甲边缘翘起的死皮足以用来击退歹徒。她跟我抱

怨，已?有两个礼拜没有去过指甲店，三个星期没有去过花店，很久没有买过新衣服，很久很久没有买过新鞋子，很久很久很久没有拔过眉毛了。于是我跟她说：“一个白领，让皮鞋亮一点，领子白一点，一点也不困难，尼泊尔人还一身白衫呢。重要的不是领如白纸，而是心如白板。而真正做到心如白板就是像你一样一个月来每天在单位穿的都是制服。这样做的好处，第一可以使你全心投入在工作上。更重要的是，你应该知道，这一个月来我们的积蓄多了很多……”

花不棱登

去年麦当娜给Versace做广告，一幅海报中娜姐身着蛇皮纹大衣，戴着一副金丝边眼镜，坐在桌边扮成女秘书打字，冷眼看上去却好似上海大婶在打麻将。不光姿势像，娜姐那一身Versace的行头更像：大花大绿、金丝金麟、超过一公斤重的各种珠宝首饰、二十世纪三十年代的大波浪头??五年里，Versace二度请娜姐出山救场，不知道范思哲他老人家在天上会不会感到悲凉?

不是我在踩Versace，要论对Versace厌恶，还数香港的那个黄伟文（与林夕齐名的填词高手）为最甚。记得他写过一篇评论就叫《死也不穿Versace》，瞧不起Versace的理由也是有根有据，主要就是对于范思哲被杀后，妹妹Donatella继承教主衣钵极为不满。说的没错，这件事儿确实有点不合逻辑，要是用同样的道理，是不是毕加索死了，他妹妹（要是有的话）就可以成为抽象派的坛主了？爆肚冯的秘方、全聚德的绝技或许可以继承，没听说设计天赋也可以由哥哥那里直接下载到妹子体内的，她又不是iPod。不过，意大利的设计师家族就是这样，同样出自亚平宁半岛的艾米里奥·普奇（EMILIOPUCCI）也是这样。有意思的是这个一手缔造了PUCCI（不是Gucci）时装王国的侯爵也钟爱花花绿绿。

要说起PUCCI那可就话多了，因为我最喜欢这种当年充满传奇，而后消沉没落的大牌设计师，同样的例子还有那个奥地利人HelmutLang。PUCCI当年有多牛？先不说他的设计，单凭他的身世也可以迷倒一片姑娘：人家生下来就是佛罗伦萨古老家族的侯爵，身体里流着意大利、法国、俄罗斯贵族的血——那叫蓝血。PUCCI年轻时候做过意大利国家滑雪队的队员，二战时候开过战斗机，后来还在美国拿了政治学的博士学位。人家是侯爵，住在古堡大屋没啥稀奇，但PUCCI老爷家门口的那条街就是以自家的姓氏PUCCI命名的。怎么样？估计就是咱们的大明星们乘以三再来两个平方，也没人家吸引人

吧。但是PUCCI的成就显然不止这些，在二十世纪四十年代的美国，从英格丽·褒曼到索菲亚·罗兰，从伊丽莎白·泰勒到凯瑟琳·肯尼迪都是他的超级粉丝。最香艳的故事还有，经常以一身PUCCI示人的玛丽莲·梦露相传离世时躺在棺木中穿的也是PUCCI……

说了半天，PUCCI到底是什么样子的？简单地说，就是一个字“花”，花到什么程度，它在一件连衣裙上的色彩组合是翠绿、粉红、明黄、红橙、弥紫、彩蓝……几何般的流动图案，抽象的具象的纹饰，看过一眼，再次见到它，你也知道它是PUCCI。至于后来PUCCI的沉落，是不是也跟繁花似锦的风格有关呢？毕竟进入八十年代以后，时尚界开始由繁入简，有钱人越穿越素，要不然来自东方的川久保玲姐姐怎会红透半边天？毕竟，像许纯美一样品位的有钱人实在不多了。

在今天，对于我们来说，想瞻仰一件真身的PUCCI还真的不容易，因为在内地你找不到一家售卖PUCCI的店铺，在香港也没看到PUCCI的旗舰店。所以我只有登陆到奢侈品集团LVMH官方网站（千禧年LVMH收购了PUCCI大部分股权，它成了LV的同门师妹）上去寻找它的蛛丝马迹。瘦死的骆驼比马大，今天一件PUCCI的连衣裙依然超过10000元人民币。

博客时装精

窥探别人的秘密是大众的阅读乐趣之一。尤其是对自己能力之内，经验之外的异常事情，更是充满了高度膨胀的打探欲望。现在，看博客就是我了解别人秘密的最好渠道，因为在自己的一亩三分地，很多人还是倾向于肆意地表达自己。只不过，在众多博客里面，当大多数人还在记录着老百姓自己的流水账的时候，有一些人已经开始在博客里做起民间时装高手了。在他们那里，你可以用看一页报纸的时间，得到一本杂志的信息量。

在几个服装精博客里，来自上海的铁姑娘Para的《Paranoia的偏执世界》（www.blogcn.com/user2/paranoia/index.html）是最本土的一个。跟其他人不同，Para的时尚体验都是实实在在用真金白银换回来的，比如“一边理一边心惊自己怎会有七件大衣，从来不穿的裙子N条，买来便想扔掉的衬衫一件，发黄还挂在橱内的衬衫N件，连衣裙无数……以致担心衣架挂杆会不会断掉”。所以在某种程度上《Paranoia的偏执世界》就是网络版的《In买Life》，只不过她那里面多了些海派女子特有的高傲与刻薄，以至于再去法国购物前她会写下这么一段：“老实说，我对法国毫无好感。领馆工作人员的嘴脸，上海那些难看凄凉还自我感觉良好的法国Loser，还有那些稍微懂些法国文化就喜欢拿出来炫耀自己法国生活方式的所谓小资，把法国构成了一个做作虚伪的图景。”

相比《Paranoia的偏执世界》，《FaceHunter》（www.facehunter.blogspot.com）则更加开放和大众，生活在巴黎的YvanRodic在博客上每天发布自己拍摄的巴黎街头和派对造型，这些照片还受邀发布在遍布全球的时尚网站和杂志上。每天，有3000—4000来自各地的访问者在她的博客上发表对这些照片的看法，这些人中有赶潮流的高中生、时装编?也有服装设计师。YvanRodic甚至以她的快速反应、独特的视角、照片的亲和力赢得了丹麦时装杂志《Cover》和

日本时尚杂志《Tokion》的定期专栏。看来，写博客也是可以发家致富的。

在众多时装精博客中，我最喜欢来自英国的《Denimology》（www.denimology.co.uk），我把它叫做《丹宁志》。在这里，没有什么插科打诨家长里短，只有不苟言笑地上传着各色牛仔裤。而博主对牛仔界的稔熟和敏锐的观察力，绝对让大多数专业人士都自叹不如。在他那里，我知道欧美牛仔裤注重后裤袋车线的变化，颜色也没有日本那么夸张，而烟管裤和直筒裤开始有抬头趋势。最绝的是，在《丹宁志》里的模特都是真真切切的明星，比如在说直筒裤要走红时，下面马上缀着?特·摩丝在伦敦时装周上穿着发白直筒仔裤的样子。除此之外，辣妹、裘·德洛、米莎·巴顿也都各司其职，在街头身着各色丹宁，出现在他的博客中。

看久了时装精们的博客，你就会发现我们的众多时装杂志是多么弱智。谈时尚信口开河的感想太多，理智和实用，即便是有枯燥一点分析的都那么少??

穿着的是动物凶猛

《三联生活周刊》上困困写的《皮草支持者vs皮草反对者vs皮草变节者》，好看。说到皮草，咱是有发言权的，第一，我来自我国皮草的中兴之地——有着东方小巴黎之称的哈尔滨；第二，我老婆现在从事的那个养家糊口的奢侈品职业就跟皮草有关；第三，我们家老爷子当年也做过皮草生意，这么看咱也算世家……

皮草这东西，离北京人太远，当然我这里说的皮草是指紫貂、猞猁、水獭、栗鼠一类的昂贵毛皮，不是兔毛大衣、狗皮帽子。不是北京人没钱，而是在北京根本用不着穿皮草过冬。但这又怎么解释有一年冬天我在香港街头遇见的穿着紫貂大衣的费穆先生的女儿费明仪女士呢？管它呢。反正，北京人穿皮草的少，至多是在衣服上加上一点皮草的元素。在国内，做皮草做得好的要数NE·Tiger东北虎了，每年都搞盛大的发布会，明星名媛啥的一大堆都去捧场。要说现如今在全世界范围内做皮草的，像东北虎这么受礼遇的还真不多。据说，几个月前同是做皮草起家的卡瓦里（CAVALLI）在米兰时装周上，还只是秀了几下比基尼，就有几个抗议者·老账冲上台把保安打了一顿。看来，早年间听我爹说，穿皮草走在外国的大街上，很容易就被泼红油漆点天灯还真不是假的！

做皮草最有名要数Fendi了。1925年一个叫AdeleCasagrande的女子在一片皮毛的腥臊味里开创了自己的事业，后来她嫁给了EdoardoFendi先生，这个公司也就改名为Fendi。Fendi夫妇去世后，公司由他们的五个女儿?营，后来又增加女儿的女儿，直到1962年一个男人加入她们的事业里，这就是大名鼎鼎的时尚皇帝卡尔·?格菲尔德。他设计的皮草系列，无论是雍容华贵的大氅，还是娇小俏皮的毛皮背心都令那些皮草爱好者们如醉如痴。二十世纪八十年代，Fendi在他的带领下如日中天。但好景不长，1994年一批名模辛迪·克劳馥、纳奥米·坎贝尔、凯特·摩斯、克里斯蒂·特灵顿、艾莉·麦克弗?拍了组裸照裹着

标语上街游行号称“宁可光着，只穿自己的皮，也不穿动物的皮”。从此，在动物保护主义者的强压下，皮草开始变得很地下。但以上这些都跟中国无关，直到今天，在我的老家哈尔滨，适龄男女还极为热衷穿各种昂贵皮草，我和我老婆结婚那年，我妈送她的彩礼里就包含一件貂皮短大衣。在东北流传着这样的段子：走在街上的人不怕家里着火，就怕自己滑倒在水坑里，因为全部家当都穿在身上呢。

这两年，皮草奢华风似乎又吹回来了，当年那个为皮草“裸奔”的纳奥米·坎贝尔再次为皮草代言，结果被纽约高级时尚俱乐部拒之门外。而现在时装界唯一的超模凯特·摩斯打着我行我素的招牌，又穿起整身的貂皮大衣。看着Fendi新一季广告，我问我老婆这件大衣值多少钱？我老婆说那个是最昂贵的“青紫兰”，估计要50万人民币以上。我这时想起我爸曾?送我一件貂皮貂领的棉大衣，天冷的时候，我也穿出去秀一下。我老婆说，那你可得小心点，尤其是低头系鞋带的时候，小心别让人把你当成城里禁养的大型犬给逮了去……

还敢穿？

我想穿着祖传的貂皮内里大衣上街扮演座山雕的计划彻底泡汤了，一是天不够冷，那个大氅估计有个三十斤左右，此等暖冬穿上身非捂出一身痱子不可；更主要的是，每年都有一个“国际反皮草日”，虽然咱北京人知道这个日子的还不多，但不是还有这么多国际友人生活在我们周围呢吗……

其实也没什么问题，自从我写了《穿着的是动物凶猛》以后，我上街看到了更多的皮草爱好者，我琢磨着不是我的专栏影响大，而是天气确实是越来越冷了。不知是往年没注意，还是今年确实是皮草大回潮，几乎所有大牌都高举皮草旗帜。而且一改仅仅是奢华的作风，变得越来越新潮，水貂皮三角背心、五颜六色的皮草夹克、连牛仔外套都要配个狐狸领子。这样的结果，就是使皮草爱好者年龄层降了下来，至此“败家子”的阵营后继有人了。

有人说，不穿动物毛皮还可以穿人造毛皮不是。但问题又来了，人造的毛皮更加不环保。那些合成人造毛皮的物质全是不易降解的有害垃圾，而皮草生成的化学成分是水（30%—50%）、蛋白质（55%—75%）、脂肪（2%—20%）、无机盐及碳水化合物（

国王、王后、魔衣橱

曾有民间传说这样流传：说LV刚进入中国内地时，有一年想做一下市场调查，看看这两年那些万元以上名贵的LV包包都卖给?了。不做不知道，一做吓一跳，调查结果显示LV的初期消费人群很大一部分是风尘行业从业者……

逛了这么多年店，从路边摊到名品店，大?南北的，我始终也有一个疑问，到底是?在买那些超过万元的吊带裙和尼龙包??这一问就是好几年，咱总不能为了看看是什么人在大把消费就整天在奢侈品店里“驻店”吧？听过有当驻店歌手的，没听过有驻店盯梢的，再说人家店里面也不让呀。直到今年，有一个千载难逢的好机会，让我揭开了奢侈品店铺里神秘的面纱，那就是我老婆去了它们中的一个做了店长。上岗之前，我教育她要抱有一种卧底的心态，始终长着一双敏锐的眼睛，让我来帮她握有一支记录的笔，让我们成为这些消费富豪俱乐部里的间谍“邦妮与克莱德”。

别说，三个月下来，还真是略有小成。在奢侈品店里消费的第一类属于正常人，也就是正常的有钱人，他们走进奢侈品店里就像是国王和王后，趾高气扬，虽然“国王”身上还保留着中国第一批奢侈品消费者异常鲜明的标志：身穿BOSS西装，脚踩Ferragamo皮鞋，总是不忘记在腋下夹一只LouisVuittonMonogram的盥洗包。但他们属于正常的消费者，理智、挑剔、不好伺候。

凡是正常的都是没什么传奇色彩的。关键咱们要看那些不正常的：“国王”还是“国王”（来奢侈品店消费的，单独的女性不多，由此判断大多数财富还是掌握在男性手里），但跟着来的不一定是“王后”，道理很简单，因为同一个“国王”不可能一个礼拜领着三个以上不同的“王后”出现在同一个地方。最有意思的是这位“国王”每次临走的时候都会叮嘱店员们，下次见到他不要太热情，更不可以表现出他是常客熟客的姿态。于是，这样一幕就在重复上演着：“国王”带着新“王

后”走进店里，提高声调说：“这家店不错呀，以前没来过呀，买点什么呀……”

当然，有一王多后，就会有一后N王，这个世界再公平不过了。不过这名“王后”绝没有那名“国王”的豪气。“王后”的消费计策是，每次带不同的“国王”来时，都直奔最贵的那架衣服，看准了，试也不试，立马买下来。但是“王后”有个怪癖，就是每次买好的衣服从来不拿走（奢侈品店里都有寄存的服务）。过几天，“王后”会独自一人返场，要么就是把一件高价的换成几件相对低价的，要么就是直接退掉衣服变现。奢侈品店就跟她的私人银行一样，?环往复，屡试不爽。

故事很多，不能再往下写了。我盘算好了，再让我老婆卧底一年，到时候我们弄个《服装店的故事》，没准儿会比《编?部的故事》还火??

服装店店员守则

以前写过《国王、王后、魔衣橱》，那一部分是关于顾客的。在服装店里，构成人群当然不只是顾客而已，除了顾客还有很重要的另一半：店员。

看张小虹写的《绝对衣性恋》，她说一个城市的中心不在市政厅、不在大剧院、更不在大学，现代都市的中心应该是百货公司。原因她没说清楚，后来我悟了悟，觉得因为百货商店就是一所魔法学校，它出售的是一种生活方式，比如“动物园批发市场生活方式”、“王府井百货大楼生活方式”，当然也有“王府饭店”、“国贸中心”、“外滩18号”生活方式，在出售生活方式的同时教人穿衣打扮布置装潢休闲娱乐。这样看来，店员就是这所学校里的老师，再不济也是一个助教……

以前我不觉得服装店店员有什么了不起，后来直到我老婆也从事了这个行业，才知道里面的学问大得不得了。比如说，一名合格的店员，你要懂得色彩，因为布置货架是你每天第一项工作；你还要学会橱窗陈设，因为它是一个服装门面；你要成为一名特务，收集竞争对手的产品、价格、市场信息，随时汇报；这还不算，你还得学会做一个会计，因为每日、每周、每月都有大量的数据报表要你来完成……以上这些只是基本的入门本领，最重要的工作——销售还没提呢。此外，仪表、举止、谈吐样样都有要求，样样都有标准，你说容易吗？

我看过我老婆她们发下来的销售教材，简直就是一本“三十六计”，什么“欲擒故纵谋略”、“激发情感谋略”，而且把客人全部剖析细分——“慎重型”、“反感型”、“挑剔型”、“傲慢型”、“谦逊型”……每一个词条下面还都列有攻略。这些还仅仅是书本知识，实际工作?验更重要，比如我老婆跟我说，她几乎可以判断出每一位进店客人的大致身份，“有时候这种判断的精确性让我的店员都不敢相信，但这是一种直觉”。还有，她甚至总结出与客人的距离，“1.2米是恰当的”，“进门时

必然会向她/他问好，但不会紧跟其后，奢侈品的消费者都喜欢宽松的购物环境”……听到这儿，我就明白了面前这个奢侈品服装店里的“大长今”是怎样在半年里，从店员到主管直至成为店长的。

日本宝贝级畅销作家柳美里在《口红》里写过一段话：“她不喜欢等人也不喜欢叫人等，两者都会让她焦躁不安。但是如果碰头地点是书店的话，叫她等多久都没关系。曾?有一次，她在书店里足足待了两个小时，把自己是在那里等人的事儿都给忘了。”我老婆说，作为服装零售业的从业人员，她希望可以普及一种到服装店里约会的观念。看她说得有板有眼，严肃认真，我知道这就叫——敬业。

多少是多，多少是少

去I.T退货。朋友送了我一件RAFbyRafSimons的T恤，穿上后像根香肠，定睛一看，尺码居然是个M。好兄弟，真是高看我，要知道我已经十年没碰过这个尺寸了……没有小票，人家不给退，想想也好，一般人类不是过了七十都会自动瘦身吗，到时候我穿着这件比利时设计大师的古装（五十年后怎么也算不上时装了）出街，一定很威风……

顺便看了一眼静悄悄地打折的I.T，一切大牌都是这样，即便是降低身价打折也不会大张旗鼓。降价，其实是多好的事儿呀，可以让那些平时真正喜欢却°于价钱的人们把它们朝圣般地捧回家，零距离体会其中的妙处。今天的看客也许就是明天的豪客，多少走上奢侈品浮华不归路的少男少女都是从打折货开始起步的，最起码我就是。

还是说回到I.T，一个夏季摆在最显眼位置的那件“千疮百孔”终于不见了，看了它两个月，也不知道是卖了还是撤下了架子。很长一段时间，我每次去I.T店里，都要研究这件战衣。说它是“千疮百孔”一点也不夸张，白色纯棉质地上面被开了超过50个5厘米见方的洞。我始终没看牌子，看风格像川久保玲玲姐的“乞丐美学”。一直以来，我都在想这件超过5000块钱的苏州园林（衣服上的洞很像苏州园林的窗子）应该怎么穿。套在衬裙外面？那就露不出来什么了，还挖洞干吗呀。直接穿？那就跟没穿一样了。这件衣服，在我看来就是失败的，因为姑娘们穿上了，露多露少都不合适。

想起早年间我最喜欢看古龙的武侠小说，跟金庸比起来，古大师比较情色。我记得他最爱用“胴体”这个词，描写姑娘时还最喜欢描述腿，有时让人觉得好像他的女主角只长着两条腿。后来，孟京辉在《恋爱的犀牛》里也说，“黄昏的时候，视线最好，满眼望去街上都是女人的大腿”。跟他们一样，我一直认为女人可以露的部位，大腿最好看。几年前，内地流行过一种露肩的T恤，一时间，满街都是各式各

样的“肘子”——一般中国劳动女性的上臂都较粗，这个设计师太缺德了！

话说回来，这个夏季我也没怎么看街上女同学的腿，因为长大了的我明白了一个道理：物以稀为贵。鲁迅先生不是也说“北京的白菜运往浙?，便用红头绳系住菜根，倒挂在水果店头，尊为‘胶菜’；福建野生着的芦荟，一到北京就请进温室，且美其名曰‘龙舌兰’。”所以，现在的问题是夏天的腿远不如寒风中的腿吸引人，在看不到肉色的季节露出肉色，才真正可以吸引眼球成为众人聚焦??按照这个道理，在夏天花2000块钱买一条D&G超短还不如冬天随便穿一条200块钱的MNG迷你更划算。不过我的这些理论完全是建立在一个男性霸权主义基础上的，女权主义者一定会骂得我狗血淋头。其实也很简单，女同学无论冬夏都可以把自己包成一个粽子，不让男人看，气死我们这些男性沙文主义的猪。

实“袋”考察

拿到一本香港时尚杂志，感动得热泪盈眶。人家做了一本别册，叫做实“袋”考察，上面挑选了二十几款最流行最大牌的包包，每个都做了实际测评。其实这种做法，在汽车、照相机、手机等等产品上早就有人做过，但换到时尚上，就是那么让人感到贴心。这几年，稍勤奋点的内地杂志能在推介潮流商品的时候标注一下售价和售卖地点，都让人感激涕零了。更别说，每个包袋不但从里到外地拍照把细节放大，还按照容量、轻便度、?济度、实用性、虚荣度列出图表，更主要的是这些指数不是瞎掰，而是每个都上过秤，一个个实测出来的，人家这叫没有调查研究就没有发言权。

卷首理所当然留给了LV，不过不是我们以前关注的“红白蓝塑胶袋”，而是自2005春夏开始大热的牛仔包。2007S/S的“潮牛”LV实在好看，除了跟“红白蓝”一样，加盖了超大的LV图章以外，还请来了英国PUNK艺术家JudyBlame设计了一个大吊坠挂在包包上。

JudyBlame是??人家做过比约克（Bjork）和乔治男孩（BoyGeorge）的形象顾问，还是《I-D》的创作班底。这次JudyBlame给LV做的这个饰物实在是超值，有锁头、暗扣、夹子、?链??一串有16个之多，全部打着LV的Logo，这组16合1可以拆下来单独做配饰，太威风了，也正因为有了这个，整个手袋的重量加大到1.6公斤。而在容量方面，有心的编?选用了11件“必需品”作为参照物：A4的文件、钥匙、纸巾、iPodmini、钱包、矿泉水、电话、信用卡包、化妆袋、零钱袋及记事本。结果，这款LV样样全都收纳，而且还很富余。所以在杂志列出的图表里，除了轻便度，都几乎达到了满分，当然虚荣度更是高到已?爆掉。

除了LV，后面还有Gucci、PRADA、Hermès、Chanel、BottegaVeneta、Burberry、YSL、VivienneWestwood、Chloé、

MiuMiu、Coach等二十几个兄弟姐妹相随，个个都是像做全身体检一样剖析了个通透。这叫什么，这叫全心全意为人民服务??

写到这里，我不禁得发几句得罪人的牢骚：看了这么多年时尚杂志，内地的这一拨我认为没怎么长进过，而且大多数版权合作的内地女性时尚杂志的主编N年也没换过，照我看，众人皆是一顶一的秀场高手，但怎么做好一本杂志，还都没摸到门。支两招，一难一易，丰俭由人。第一件，诸位不甘雌伏的主编们买本《唐诗三百首》走马观花地读一读，能读一半即可，这样以后的卷首语也可以写得好看些，此为难（或者学学本地那本男性时尚杂志的主编，人家是记者出身，所以最前面的那页每每写得都极漂亮）；第二个，多多走走本地时尚市场，最起码，在推荐给读者之前，自己先体验一下，好在听说诸位的薪水都不低，而且还可享受奢侈品诸店的“内部价格”，所以此为易。

非常美，非常贵

蔡康永说，什么是名牌，我界定名牌最简单的办法就是名牌从来不在电视上打广告，道理很简单——电视是给一般人看的，而名牌不是给一般人穿的。所以任何一次PRADA的特卖会是不会通过电视、广播、报纸、网络任何一种现代的传播方式告知大家。像这样的大牌喜欢用一种最?始的通讯方式告知你这种貌似天上掉馅饼的大好机会：邮寄请柬。所以，很显然，没有请柬你是进不去的。

有了请柬，你也要排队，才可以。而关于上个月那次PRADA特卖会最有趣的传说是：某男手拿LV手提箱排队入场，被保安拦住，“先生，我们只允许带钱包进去，请您存包”，某男不慌不忙打开箱子，露出里面的一沓沓人民币，“对不起，这就是我的钱包……”中国人民从什么时候开始变得这么富裕了？

没赶那场特权特卖会，收到线报PRADA在国贸也开始有部分7折，陪我老婆到了那里才知道，最重要的部分包包是没有折扣的。众所周知的简单道理，人们购买奢侈品时，大多从手袋开始。所以，各大品牌用来吸金的主要就是包包，正因为如此一些在中国特别有市场的名牌，比如LV，已经做到了国内与全球同步推出新款包包。然后才轮到配饰，最后才是那些我们在T台上看过，现在挂在一旁的华服。于是进入一家奢侈品专卖店，在试衣间里试衣服的人永远不多见，无论是LV、PRADA、还是Burberry，无论是在巴黎、纽约、还是伦敦，毕竟从里到外一身大牌，并且每季可以更新的金主少之又少。

但是，当我老婆开始在PRADA店里试衣服的时候，我也只能这样开导她——一件衣服来到世上，最后落到?手里，很难说。就像一个姑娘一样，最后执子之手的，才是真命天子，早先那些，再刻骨铭心，再惊心动魄，也都是浮光掠影，过尽千帆，而已。所以，你的眼球必须妥协，必须要学着从杂志上浏览新一季的连衣裙和针织上衣，那些来自于T台的华服还是让它停留在T台吧。

推手，还是杀手

香港出了个珠宝品牌叫做Qeelin，当家主打的噱头是带着国宝熊猫吊坠的链子。不过这个“盼盼”很金贵，白金打底身上镶着黑白钻，一枚就要18800港币，要是再给熊猫穿个粉色闪石的比基尼，还要再加3600块。但这还不算“奢”，因为设计师玩一枚还嫌不够，于是就出了一套七枚的限量版，里边除了穿着比基尼的那一枚，还有带着蓝宝石尿布和紫水晶背心的。连着一个中式衣柜模样的盒子全球只售88枚，“特惠价”港币82800块。

虽然眼见着傻大款乌泱乌泱的，这个玩意儿不愁卖，但也没什么好歌功颂德的。不过后来才知道在Qeelin后面的推手不是别人，而是女神张曼玉。要不是她说自己很中意，还拿着一根链子咬在嘴里，欢喜地做SM状，相信也没这么多人去关注这个败家的熊猫。因为在香港或者内地，张曼玉喜欢的东西便是一块金字招牌，不知有多少人抢着跟风。时尚界有句名言：撞衫不可怕，但要看跟?撞。很显然，没人会怕跟张曼玉撞衫，除非您是林青霞。但要是您买了件衣服还没上身就发现电视报纸上的肥肥姐也穿着，那您还会拿出去招摇过市吗？在这里，张曼玉叫做推手，而肥肥姐就叫杀手。

所谓的推手，就是只要她/他一上身就让这件衣服、这个包袋风靡起来。放眼全球能担此大任明星大腕淑女名媛也不超过十人。想得起来就那么几个：妮可·基德曼、凯特·莫斯、麦当娜、卡梅隆·迪亚兹、莎?·杰希卡·帕克、乌玛·瑟曼、格温妮丝·帕特洛，现在又多了个斯佳丽·琼?和浪女希尔顿。只要是她们看得上眼的单品，并且穿上身背上肩，还被八卦记者拍到了，那么这件东西便会很快售罄，整个就是一移动广告牌。君不见，一个乌漆玛黑的Chanel的Coco"sCobas手袋就是因为凯特·莫斯一拎，身价立刻就由港币8500飙升至12800，而且还买不到。

曾?想写个叫做“中国内地时尚光荣榜”的系列，想来想去，能拿得上台面的除了几个扭扭捏捏的化妆师造型师外，再就是几个半吊子的时尚杂志主编。榜样分着好坏，他们的力量就在于引人向上或者令人绝望。现如今的情况是，往内地的娱乐圈里一扫，能称得起推手的还真是一个都没有，有的全是“惨不忍睹”的坏典型。而我们便可以称她们为时尚界的“杀手集团”……

姐姐妹妹闯北京

美美百货同时引入了三个牌子：DKNY、COACH、BCBG。很好玩，三个姐妹都从纽约来，而且她们都是第一次在北京露面。在店铺的布局上，大姐COACH居中正面?客，小妹DKNY、BCBG分居左右，三人居然成犄角之势，真有点“姐姐妹妹闯北京”的意思……

我有时候挺可怜美国人的：身上穿的花格子衬衫是中国人造的，开的汽车是日本人生产的，嘴里抽的海洛因是泰国人种的，就连街头的黑道流氓都要从意大利进口——民族产业太薄弱。尤其是时装设计，纵然出现了DonnaKaran（唐娜·卡伦）、CalvinKlein（卡尔文·克莱恩）以及RalphLauren（?尔夫·劳伦）三大设计师，但是那都是近几十年的事儿。因为说起一个奢侈品来，需要有“X百年前，在一个小镇上……”这样的开头才会有面子，所以产自美国的牌子要想扬名立腕还真的不容易。

看了一圈的DKNY，真是喜欢。以前在香港、新加坡、悉尼都看过他们的店铺，但是那时候都把眼睛盯在更贵的上面，因为在异地的购物时间都是寸阴寸金，所以一定会先抓着那些跟在中国差价大的牌子先看。像DKNY这样“亲民”的牌子，那时候是没有工夫搭理的，只有来了家门口，才会仔仔细细端详一番。说DKNY好，就是因为她每件衣服、每个手袋都是那样的实用。在LVMH集团下属的牌子里（DKNY后来被卖给了奢侈品集团LVMH）她是最实用的一个，实用到每一款设计都可以作为上班族的日常装束，甚至可以说是所有的人在任何场合都适合的穿着。而且她还非常轻便、美观、舒适、简洁并能突出体态美感，真是便宜都让你占了……

其实·开DKNY掌门DonnaKaran的简历就会发现她的亲民不是一天形成的：14岁时她就虚报年龄在一家服装店找了份店员的工作；19岁开始在最早倡导便装的美国女装品牌ANNEKLEIN工作；26岁成为ANNEKLEIN总设计师；1985年，37岁的DonnaKaran在雕塑家丈夫的

支持下自立门户，第一个DonnaKaranCollection高级时装系列正式面世；1988年，DonnaKaran又因女儿的需要而产生灵感，创立了年轻系列DKNY，就是DonnaKaranNewYork的缩写。整个就是一曲新时代的“劳动者之歌”，这其中还包含着丈夫、女儿各个家庭成员，非常地“韩剧”。在光怪陆离的时尚界，你很难找到这样温情一家亲的设计师模范。

对于这家DKNY在北京的第一家店铺，我唯一不满的还是跟所有的大牌一样，她还是没有把“最好”的货品拿出来。最起码在官网上看到的那些新款，大半这里都没有。也许是觉得内地的市场还是太小，先跑马圈地静待蛋糕做大。这样也对。可大可小，有软有硬，人家玩的是仿生学??

我能想到的最得意的事

这几年，祖国大地奋不顾身地涌现出很多本土设计师品牌。说实话，这几拨里面，没有什么是我看好的。你可以说我刻薄，但是中国时尚界里的人儿活得够滋润了，基本没什么骂声。也可能是关注的人少，就跟这两年的中国足球界似的，骂声明显见弱，不像前些年，要说秦桧够卖国了吧，慈禧太后够反革命了吧，都没足球教练挨的骂多……

但是矬子里面也一定会有他们自己的姚明，草莽之中也许还埋没着盖世英雄。所以，偶尔逛逛设计师店铺也是我的一大乐趣。要说新鲜设计师，本地绝对是落后了，现在全中国叫得上号的明星设计师全部是“他从上海来”，于是每次沪上之行都要瞻仰一些设计师的店铺和工作室。这里随便说几个，也臊臊本地那些不知道在干嘛的时尚混子们。

这些年轻设计师里，我最喜欢的是缔造Perk的窝窝和早。看名字还以为是东洋人呢，其实是两个人，一个叫窝窝，另一个叫早。Perk有衣服、家纺、装饰品、本子、黏纸和娃娃等等，以前只在自己的网站上售卖，后来有了上海复兴路上的店铺。Perk的东西几乎都是小量生产的，按照传统消费心理，他们的东西还是“昂贵”：本子98元（一共四款，外套黑色小网袋，里面全空白适合涂鸦，还送四张破壳贴纸），一件无袖恤160元（四款图案，配上不同的颜色和Tee的式样，一共十三种），而那些好玩的娃娃，你根本只能看不能买，因为全手工制作，不知道该怎么定价。Perk的设计充满了童趣，每一件衣服都有很多奇趣的细节，因为他们的偶像是奈良美智。

比起Perk的小打小闹，潮流文化网站“潮人王”的实体工作室规模和名气要大很多。虽然名字“创意研究所”有点《功夫》里“非正常人类研究中心”味道，但他们寄卖很多年轻设计师的作品，还有一些二手中古服饰和玩具。“创意研究所”的设计大多还是那些骷髅、变异樱桃、

变种米老鼠之类日本街头玩过的东西，整个一个原宿街头的中国分店，所以不出所料店里的设计师兼主持是个脸色苍白的日范儿帅哥。在上海，像这样的设计师还很多，甚至都有了已?成为偶像的王一扬和他的“茶缸”，还有一些海归设计师，比如卢秋艳和她的Psyche.Q。

其实光顾这些设计师店铺并不是一件非常惬意的事儿，它在考验你的嗅觉、判断力、包容心甚至忍耐力。不过，去设计师工作室淘宝还有一件更隐秘的乐趣，就是今天的她／他也许就是明天的MiucciaPRADA／KarlLagerfeld。所以，关于现在这些设计师，我能想到的最得意的事，不是你陪着我慢慢变老，而是你帮我改过裤脚……

迷失在·译中

在这个娱乐年代，所有的一切都可以变成一种娱乐，所以这个专栏的最大的责任就是，要让好玩的事儿变得加倍热闹，让郁闷的事儿也能引人一笑。达到了这点，便是实现了《In买Life》的王道了……

这么长时间，写这些名牌、大牌、超级大牌，始终有一条无法逾越的鸿沟，就是它们的中文译名。时装界的大门，一定是安装了语音识别的大门，在香港我曾?向路人打听Bvlgari（宝格利）的所在，但就因为我按照中文译名把它读成“宝格利”而不是音译的“宝格瑞”，所以扫听了半条街，竟无人知晓。要知道，这个世界上有一种武功，叫做·译，·得好了，就会有平面死板变得活色生香，反之，一个好端端的大牌，还没见到货品，就先倒了一半胃口。

先从Gucci说起，不知道它的中文官方译名是什么，早年间看《甜蜜蜜》，张曼玉带着一群大陆观光客到达美国，自由女神像下一位大婶操着地道的唐山口音问道：“导游小姐，什么时候带我们去买‘古气’（Gucci）去呀？”现在，大多把Gucci称作“古驰”，心中暗暗不满，3000块钱一条腰带，4000块钱一双鞋，8000元一个手袋，就这么一个没心机的名字。怎么看“古驰”都像是大栅栏卖的千层底布鞋的名字，而不是来自米兰天桥的顶级奢华。香港的黄伟文说，他觉得Gucci最好的中译是“孤驰”，有点卓尔不群的意思，但这个叫法未免有点太小资，毕竟喜欢Gucci的阿叔阿婶爱它就爱在它的珠光宝气??那PRADA呢？通行在华语区的叫法是普?达，多难听的名字，这个名字用在空车配货或者快递公司上似乎更合适。那叫什么？要是放在香港直接音译便是“芭剌”，但是记得旧时代港片《省港奇兵》里把手榴弹也叫“芭剌”。那么还是老老实实叫回人家的英文名字吧。

这么些牌子，也不是没有·译得妥帖的。比如说，迪奥（Dior），神秘中透着几分英气。而且要是快速念着迪奥、迪奥、迪奥，最后化成一个音节，就是拼音DIAO，虽有不雅，却是由周?带来的80后最喜

爱的形容词。但是DiorHomme（迪奥的男装系列）呢？要我说，就直接叫迪奥毫米最好，以丫的瘦型剪裁，不减肥减到毫米，你是穿不进去的。

在所有的中文译名里面，数Chanel讨得了最好的彩头。几十年前，林燕妮叫她“仙奴”，甘为Chanel的衣奴，多妙呀。后来，香港那个才女亦舒又叫她“香奈儿”，一弯柳叶眉，两腮胭脂红，余香久久不散，从此一锤定音。看看人家，再看看我们的诸多“名牌”：七匹狼、东北虎、报喜鸟??明白什么叫做城乡差别了吧?

一山只容二奶

很多人问我，您哪有那么多时间去逛呀逛？其实呢，读书写字的人都是闲人，有的是求闲得闲，有的是身无长技不得不闲。闲得时间长了，就要找事儿解闷。解闷有很多种，我最喜欢的之一就是逛呀逛??

很好玩，周末去国贸发现Chloé搬家了，由地下一层搬到地上一层。不要小看这一上一下的一层，其中大有玄妙。看看她现在的四邻有哪些：MaxMara、Tod"s、Dior、Gucci，原来的旧居旁边是：Pink、Cerruti1881、Agnèsb、Tommy??如此看来，这一搬简直就是相当于由南五环搬到了东二环，简直就是一步登天了。其实人家Chloé决不是麻雀变凤凰，人家早就是凤凰，只不过起来晚了，没占到地儿，所以才在下面委屈了这么久。

Chloé的好，今天就不说了，因为?都知道设计好品质好之外，价钱也好。所以咱们还是说说更亲民的Chloé的二线牌子“SeebyChloé”。不知道什么时候开始，所有的大牌都有了自己的二线品牌，比如PRADA有PRADASports、RobertoCavalli有JustCavalli、GiorgioArmani有ArmaniExchange??具体?因不用分析，就是一个字：钱。毕竟守着大牌这棵树，不多赚点钱实在可惜了，能消费起超级大牌的毕竟是少之又少。于是，大牌们的“二奶”——二线品牌应运而生。

二线品牌不光可以赚钱，而且还可以培养消费力量。今天消费了“二奶”的，从此走上了浮华的不归路，于是奢侈品产业也就又增加了几名未来的败家子。而且二线战略也满足了很多人的虚荣心，比如说你买了一件SeebyChloé的T恤，从设计到用材一点也不比身为“大房”的主线差，但是价钱只是主牌的三分之一。你穿上后也可以跟人说，我穿的Chloé，因为确实是呀，大大的“Chloé”Logo就印在前襟上面，而那个“Seeby”则小小地写在一个角落。

当然，也不是所有的二线都是成功的，我个人认为最“混乱”的二线是属于GiorgioArmani的，因为他不止有“二奶”这么简单，除了GiorgioArmani以外，他还有大房ArmaniICollezioni，而“二房”光我知道的就有ArmaniJeans（AJ）、EmporioArmani（EA）、ArmaniExchange（AX）三个之多。搞来搞去，实在分不清每个有什么区别，而且这么多“二奶”参差不齐，比如ArmaniExchange在美国的价钱也就相当于中国的班尼路。试问，你敢穿着这样的“二奶”冒充“大奶”吗？所以，还是专一一点好，因为我说了“一山只容二奶”……

我爱你，但与你无关

在中国，十年前，一起去巴黎看个秀，是令大多数时装设计师艳羡的?历；十年后，那些在国内市场几乎已?达到事业顶峰的设计师，他们开始尝试进入四大时装周的日程表……这就是从“西行取?”到“西行讲经”的转变……

在这一波中国时尚界的“西游记”当中，最成功的似乎是设计师谢峰，2006年他成为第一个参加巴黎时装周的中国设计师。说他“成功”，不是因为他去了巴黎，也不是因为认同他的设计，而是在这之后，我在中央电视台的新闻节目里看到了他。最起码，相对于其他那些“西行者”计文波、王巍，他更“有名”些……

很早以前就看过谢峰的Jefen系列在巴黎时装周走秀的速递照片。我的评价是四个字：“有点意思”。这个“意思”在于，以前大家先入为主的、脑袋中反射思考出的“中国风”、“中国设计”、或“融入西方时尚的中国民俗风”，令人高兴地，也十分幸运地，都没有出现在Jefen的作品里。FrankieXie（谢峰的洋文名）带给大家的是随时可以在派对中、晚宴上、男女初次约会、刚成年首次刷夜不回家时穿出来的礼服。那些旧有的观念中的中国元素，只是在一些特定的印花上面而已。而且模特儿脚上那些白色平底鞋，搭配Jefen营造出有如洋娃娃般的甜美和浪漫衣裤层次，相当地欧范儿。

按常理，本该高兴才是。因为咱第一次不靠卖弄“中国元素”也在八国联军的地盘上拔了份了。但我总是觉得FrankieXie的这次亮相，有那么几分“诡异”。诡异的地方在于，设计师兼创办人FrankieXie的一切工作?验都是来自于法国的Kenzo，再加上意大利生产工厂的合作执行，再加上英国杂志《Dazed&Confused》的造型师，再加上似乎是我们国内时尚界的一些有心计划，才让谢同学走出了迈向国际舞台的一步……

哎，够累的。这个累不在于FrankieXie本人，他已?够努力的了。这个累在于我们这些国内翘首以盼的看客们。事实是这样：“中国生产”在国际时尚界或者制衣界就是廉价和耐用的代名词；又加上这些年在毫无敏感度的品味中对潮流的快速?袭，中国成衣已?被妖魔化了。不光是在欧洲，就是我们自己，?愿意穿“MadeInChina”的名牌？但我们自己却偏偏不愿意承认这些。

要说这些还不是最可悲的，最可悲的是在俨然看着时尚界刮了一阵子“中国热”风，可惜并没有太多被“尊敬”的意味在里面，因为中国很重要，人家要在中国做生意发展，要学中文，也要大捞一笔??所以，“中国风”是给了“钱”的面子，而不是给了“人”的面子。所以，这样对中国时尚的态度带给了像FrankieXie一样的中国背景的时尚工作者极为辛苦的处境。这个辛苦是打掉牙，还要咽到肚子里的苦，要是有情怀一点，也可以说，这个苦叫做“我爱你，但与你无关”……

谁动了我的Gucci

在ebay上看到一个二手的Gucci腰包，说是二手的，其实是99.99%新，对于奢侈品来说，只要是开了防尘袋，那就算是二手的了。有序列卡、有防尘袋、甚至有谁装发票，卖家把祖宗十八代都捎上了赌咒发誓一次都没用过，价钱只是新品的二分之一。但是，还是犹豫了一下，一眨眼的工夫就被人以迅雷不及掩耳之势拍下了，这一切就显示我这个知识分子买家的先天不足：眼光浅、犹豫多、出手慢。买不着，也活该……

邪爱Crossover

这些年，一有空闲，我就会对着远方的青山呐喊：远山啊远山，你能否告诉我，哪里才有我最心水的，人无我有的球鞋?

按说不至于，不就是一双球鞋吗？但是你不了解可以令一个购物狂得到最大满足的就是：XXX，别人没有，别人也没见过，我却有……所以找一双这样的球鞋是一件任重道远的事情。其实，我相信，在山的那一边，也一定有一个生产商在面向远方呐喊：青山啊青山，?能告诉我，怎样才可以生产出一双别人都没见过，想都想不到的球鞋??其实很简单，有时候凭借一己之力，任你再天马行空也有难以超越的界限。这时候不如找个自己看着顺眼的伙伴，来个“玫瑰之约”，速配一下，然后繁殖更优物种。这个俗称“跨界”，最潮的叫法是“Crossover”。

事实上，你们看到这篇东西的时候，时尚折扣网站www.yoox.com上那双Y-3（YOHJI×ADIDAS）已?穿在了我的脚上，心满意足。可以说，一次速配，让山本耀司先生和阿迪达斯都赚得盆满钵满，任意一版的Y-3球鞋在内地都可以卖到超过2000元人民币，但是不要紧，因为好像只要大家一见到Crossover就立刻猛扑上去，仿佛是见到九星连珠的宝物一般。对待单一的牌子，还只是想要，但一见到?和?，就变成了双倍想要。而问题就出在这个?跟了?的身上。其实，“Crossover”就像是一次艳遇，因为是艳遇，就一定有个遭遇的过程，这个过程充满了风险，如果双方互不知底，仓促配对，就危险得很了。而且既然是艳遇，就应该也遇到“艳”吧？你要不是“艳”，就只能浪得艳名，最后换来个人前人后指指点点。再者“Crossover”一般都是露水夫妻，赚个快钱而已，过不了多久，大家又都等着下一个“Crossover”，下一段“地下情”曝光，毕竟像Y-3这样天长地久的亲密爱人不多。

看了那么多的Crossover，其实最强劲的还是那款“LV金厕纸”——该款LV的纸料要具防水及防磨损性能，加上厕纸和厕纸之间极其坚韧

牢固的针脚，使每撕下一张都需花上一定气力，以上设计令每卷LV厕纸都非常耐用；一张厕纸和另一张厕纸间的走线针码均匀一致，如果上厕所时百无聊赖的话，可以数一数针眼的数目来辨真伪，33洞为真品；所有厕纸的LV字母、四瓣花朵与正负钻型花系列的标记前后上下左右皆完美对称；LV厕纸表面部分遇到排泄物会起化学反映自然氧化，显现高贵的珊瑚红；双层纸的内衬部分有水印的序列号，衬纸碰水后序列号将以金色形式呈现……

当然如上的“LV金厕纸”是购物狂们臆想出来的极品，但如果有一天这个Crossover可以“落地”，那么我希望它是LV×XINXIANGYIN（路易威登×心相印），到了那时候，大家就可以不用再对“她们拎着LV的包坐公交车”发出悲天悯人的感慨了，而“她们挽着LV的手纸上WC”的时代也已?呼之欲出。

Gucci的诅咒

2006年是Gucci他老人家85岁整寿，11月份推出一本真皮的《GuccibyGucci》，给老人家贺寿。

这本书有450页之多，里面包含了大量珍贵照片，这些都是用来力证Gucci85年来由意大利罗马的Cinecitta一路厮杀到今天的美国好莱坞的艰苦历程，简单地说就是为了说明“哪一片云彩不下雨，哪一处地震不死人，哪一个暴发户不是苦出身”这个真理。这本忆苦思甜书计划推出两个版本，一个普通的硬皮书，另一个则是附以Gucci?典纹饰的真皮版本。这本书，由Gucci的美术总监DoughLioyd设计，由著名的时装记者SarahMower执笔。

当然，Gucci老爷子财大气粗，纪念活动肯定不止这么点。香港的Gucci置地广场旗舰店将全新开张。传说这是Gucci在亚洲最大规模的店铺，上下两层，占地1001平方米。更“骇人听闻”的是，Gucci置地广场旗舰店的开幕典礼要持续两天跨越11月6日和7日，连续开两天堂会。这也不奇怪，去过香港的人一定目睹了港人对Gucci的挚爱之情，从学生妹到欧巴桑，人人都爱Gucci。还有传说，这次Gucci为了庆祝香港旗舰店的开幕，特别准备了85限量个Gorgeous手袋，整个系列用六种不同的材质，配以不同的颜色，每个手袋都刻上了“置地广场2006”的字样，这85个手袋只在香港发售，所以提醒众位烧包阔太和败家子粉丝们多加关注，去晚了一定买不到。最逗的是，Gucci为了讨好财大气粗的香港金主们，还特地投国人所好，设计制作了10套仙人掌绿的Gucci麻将，背后配以金色饰版，也只在置地广场发售。这个倒是我的心头好，期盼着A货厂商能够慧眼识珠，早日发售。

上面的那些都离咱有点远，说回到北京，上个礼拜我去了一趟美美百货的Gucci店朝拜，这里在北京也算是数得上的大店，而且还提供男装。看到一双Gucci特色Logo的鞋子，因为这种鞋子A货满天飞，于是就更激发了我试一下的欲望。试过，爽过，然后不屑地对售货小姐

说，穿上显得脚大，暗爽着离去。没曾想，走到门口，一个不留神，就扭了脚，疼了三天。事后想起来，一定是Gucci老人家对我的诅咒，?让自己那么上不了台面的呢。活该。

谁动了我的Gucci

在ebay上看到一个二手的Gucci腰包，说是二手的，其实是99.99%新，对于奢侈品来说，只要是开了防尘袋，那就算是二手的了。有序列卡、有防尘袋、甚至有?装发票，卖家把祖宗十八代都捎上了赌咒发誓一次都没用过，价钱只是新品的二分之一。但是，还是犹豫了一下，一眨眼的工夫就被人以迅雷不及掩耳之势拍下了，这一切就显示我这个知识分子买家的先天不足：眼光浅、犹豫多、出手慢。买不着，也活该……

对于我来说，一直不敢消费Gucci，一方面是它贵，另一方面对Gucci多少有点心理阴影——《甜蜜蜜》里张曼玉带旅行团到美国，自由女神像下一位貌似卖菜大婶的欧巴桑大声追问："导游小姐，什么时候带我们去买Gucci呀？"当年看电影时我就在想，Gucci到底怎么得罪了导演陈可辛呀，他才想出这样道桥段捉弄这个来自意大利的超级大牌。后来去了香港才知道，事实就是这样，香港人简直爱死了Gucci，一个香港朋友告诉我只要是年底Gucci打折的时候，任何一家专卖店都会从店内排队排到街上。香港街头，五个中年妇女中就有一个拿着Gucci手袋，而且十有八九都是印满了双G?典Logo的那一款。不过似乎只要一提起Gucci，我脑子里能想到的也只是这个双G的Logo，至多再稍带上有点中国古典情结的变形竹子手袋拎手。显然，Gucci在奢华之外还带着单调。

真巧，今年是Gucci的85周年大庆，《Touch》杂志出了致敬专题，寥寥的几页，说得不明不白，远比不上他们给予另一个暴富的牌子BAPE的待遇（刚写过BAPE，就发现沈阳超女亚军楚格穿着BAPE上台，现在的孩子真是有钱呀）。查了一些资料，发现Gucci的故事真是太好看，简直是个时尚版的《教父》。话说时光回溯到1906年，有一天，一个叫GuccioGucci的意大利毛头小子从佛罗伦萨老家来到大城市伦敦，这就好像赵本山从开原去了铁岭一样。老Gucci不怕脏不怕累

在豪华的丽兹饭店里刷盘子开始了创业之旅。因为刷得既快又好，不久老Gucci就被提升为饭店的服务生。1922年，Gucci回到了家乡，不过他回去也没空着手，带上了一位漂亮能干的女裁缝——他的妻子，他们夫唱妇随，在佛罗伦萨开了一家皮具店，起名叫做Gucci。和大多数奢侈品牌的发家故事一样，没过几年，Gucci就风靡了意大利。1953年，老Gucci去世，接管公司的三个儿子决定把分店开到美国，然后是英国和法国。在二十世纪五十年代，好莱坞一线明星奥黛丽·赫本、索菲亚·罗兰、格雷斯·?利都成了Gucci的拥趸。二十世纪七十年代，Gucci的家族?营到了巅峰，《纽约时报》将这一时期称为“Gucci的疯狂”，那一时期Gucci迷们用Gucci武装到了牙齿。

好日子没过几天，Gucci的快速扩张使它成为盗版市场的大肥肉，那时候美国的秀水市场和伦敦的女人街到处充斥着廉价的·版Gucci，顿时Gucci的身价大跌。面对这样的不利局面，Gucci家族内部出现了内讧，一番血雨腥风，三兄弟中的Aldo成为新的CEO。但是Aldo不光不能服众，连自己的儿子Palo都要背叛他另起炉灶。Aldo刚刚对儿子表示出不满，Palo就使出猴子偷桃的本事，告发自己的父亲私藏公款，马上Palo就被双规，接着以逃税罪被判入狱一年。出狱后Aldo发现Gucci家族已?分崩离析，并且迅速陷入破产边缘。1985年，一个美国公司买下了Aldo持有的50%Gucci股份，八年后，又以一亿五千万美元在Aldo的大侄子Maurizio手里买下了另一半股份，至此，Gucci跟Gucci家族的血脉彻底断了，但事儿还没完，1995年，即Maurizio卖掉股份两年后，他在自己的办公大楼前被人枪杀，两年后，警察找到了真凶，?来是他前妻花钱买凶杀了他。Gucci进入了历史上最黑暗的时期，没人相信这条“咸鱼”还有可能·身??以上的故事告诉我们：不是?都可以发家致富，但是?家也不缺少败家子。

谁拯救了Gucci

这世界从来没有神仙皇帝，只有自己救自己。上回说到Gucci陷入了历史上最混乱的时期，这时候一个叫TomFord的漂亮小伙儿出现了。

西哲有言，说上帝点一个豆，人间出一个人才，到文艺复兴时期上帝一趔趄，豆篮子撒出一大把，于是创造了文化盛世——上帝趔不趔咱们管不了，但是TomFord却和很多设计大师一样出身的豆篮子一样，也是设计学院，不同的是他?来学的是建筑。1990年他离开了纽约来到欧洲，说服了Gucci当时的设计总监DawnMello，成为了她的助手。具体怎么说服的，史书上也没说，历史总是这样，省略最好看的细节??话说那时候的Gucci已?成了欧洲的金利来，当初收购它的那家美国公司派?来Gucci美国分公司的总裁DeSole到意大利总部主持大局，不知道为何DeSole上任后接到的第一个来自Maurizio（老Gucci的孙子，1995年被枪杀）的指令就是开除TomFord。所幸DeSole没有那么做，尽管他也不待见TomFord，但是当时的情况，他想不到Ford走了，还可以起用?。

临危受命的TomFord在1995年推出的第一个设计系列就?历了惨败，登时恶评如潮，苦苦思索，他领悟了作为设计师的真谛：那就是设计自己想设计的，让其他人去死吧。于是1995年3月，米兰时装周出现了大冷门：TomFord设计的一款深蓝色天鹅绒紧身直筒裤配国绿色绸缎衬衣，外加苹果绿马海毛短大衣套装惊艳全场。很快，麦当娜打来电话，指明要同一版本的深蓝色丝绸衬衫，并穿着它登上MTV音乐大奖的领奖台。从此娜姐成了TomFord的拥趸，在她的带领下Gucci的时装发布会上开始坐满欧美明星名流。TomFord哪肯就此满足，他趁热打铁耗资2800万美元大举投下广告占领市场，至此Gucci在他带领下成功咸鱼·身，他本人也迅速蹿红……

TomFord有多红？我一直想了解，到底是Gucci的fans多还是TomFord的fans多；要是没有TomFord，Gucci还活得过来吗；要是TomFord离开了Gucci，是Tom先死还是Gucci先死。不过现在TomFord确实离开了Gucci，他还没死。说句心里话，我真没看出TomFord的设计有多好看，但却不得不承认他本人绝对是风头一时无两。他有风头，不是因为他自己的外包装，基本上每个设计师都是牛仔裤白衬衣或黑T恤，Tom只不过多加了一件西装外套。也不是因为他本人有多男色，至少我就知道MarcJacobs（马克·雅克布，LV现任设计师）比他帅，你几时见过MarcJacobs有Tom那么多封面和内页大头像。不用像AlexanderMcQueen要扮白脸僵尸才能上《TheFace》，就算时装界的皇帝KarlLagerfeld（卡尔·?格菲尔德）为了上封面也要摇两下扇子，可TomFord就是这样素面朝天来搏版面。

不过Tom也不全是素的，当记者受邀到他家访问，问到“你的最爱”时，Tom转身回屋?着男朋友和狗出来拍摄“我们是幸福的一家”全家福。同样是美国设计师，阿Ralph（我最爱的Polo当家人）、阿Calvin（CK创始人）就只会每次带着妻儿老小在郊外的度假别墅拍个“子孙满堂”全家福出来现世，跟Tom比，他们的段位太低了……

这还不算，提到另一半，靓汤每次都大大方方，可不像全世界都看得出来呼之欲出的D&G，两个人扭扭捏捏多年以后才不情愿地承认是一对Gay。尤其是那个当时装编辑的男朋友看上去还不怎么样，更显得他有情有义不离不弃，堪称时装界一段同志亦深情的佳话……

穿在北京

这一段时间，我最喜欢看一个叫做东京街头时尚TokyoStreetStyle（www.style-arena.jp）的日本网站。在那上面记载着隶属于东京的?宿、表参道、涩谷、银座等等地标区域的男男女女的街头装扮。只有照片，只有抓拍，没有文字，没有评述。都是真切的还原，每个人都是自己的model，所以他们/她们都高矮胖瘦、各领风骚，所以他们每个人都可以被复制和模仿……

有一天我和一本时尚杂志的时装编?讨论一个旷世持久我想了许多年都想不明白的问题：为什么同一个牌子、同一款衣服、穿在同一个人身上，只不过这个人身处在不同的地方，出现的差异就会那么大?比如说，如果把在澳洲街头我最喜欢的西装短裤、宽大毛衣、赤脚穿的帆船鞋移植到北京街头，就会怎么看都像是衣锦还乡落叶归根的外国华裔菜农。比如说，将在伦敦街头?常可以见到的皮衣皮裤皮裙穿在北京姑娘身上，不管白天黑天，看上去都像是风尘产业从业人员。

这就是所谓的“人景合一”的道理吧。每个城市都会因为不同的历史文化而散发出不同的气质，东京日常里规整光鲜，所以连最颓废的PunkLook，穿起来都会让人觉得很有教养；伦敦整个城市像混进洗衣机里洗了一遍，各种颜色都暧昧难分，好像蒙上了一层灰蒙蒙的色镜；而香港呢，也没有电影里那么花哨俏丽，人人都很匆忙劳碌，所以一定是实用先行，以至于一切古灵惊怪都发育得不健全??那么北京呢？其实北京最难穿。因为北京太大了，大到你还没来得及踮起脚跟，就被淹没了。淹没，在北京是一种大趋势。北京不但大而且混杂，中西混杂，新旧混杂，鱼龙混杂，没看着国家大剧院的巨蛋和人民大会堂都比邻着呢吗？在这样的布景之下，你怎么穿都不会像是个Supermodel，因为人家Supermodel走的叫巴黎天桥，你行的叫王府井步行街。你穿什么都只会在自己身上生效，绝对无法改变周围大环境。所以就是人是人，景是景，这才是北京地道的style。

另外，北京脏且风大，任何衣服穿在北京，你都要先问问自己，会拖地吗？会甩尾吗？会吹散吗？会刮歪吗？举个最简单的例子：围巾。不动如山时当然像浮雕，哪里峰回路转，哪里层层叠叠，起承转合都由你塑造。?不知一个狂风?面，就如山体滑坡，立马烂布一堆。所以走在北京街头要想保持有型，请出门前先刷胶水。

其实在北京倒是有一种风格是例外的。就是北京大爷范儿，不着急不着慌，好动嘴皮子不好动手，觉得北京以外全是农村，都是北京土著的典型特征。就着这种脾性，以出租祖宅为生，在四合院儿里穿双片儿鞋，来件丝绸大褂，拿上一茶壶，就是地道的穿在北京了。这幅图景正是应了时代歌曲所唱：最美不过夕阳红，温馨又从容……

金童出街

上学时的死党、多年好友、曾?的合作伙伴喜得贵子要办“百天宴”。按道理该送个红包，但是红包这东西，一方面越是熟人越不好送，尤其是挚爱亲朋，很多时候送红包不足以表达心意；另外，知识分子总想标新立异与众不同的心思又开始作祟——一定要送个跟别人都不一样的礼物心才觉得爽到了……

前些年，一般有这种喜得贵子的事儿，我都是去买一个长命锁，按照关系的远近亲疏算计是金是银是大是小。开始还好，因为?合了一种回归传统的范儿，大人孩子都喜欢。而且我可以悄悄地告诉你，“穿金戴银”的代价并不高，甚至绝对低于你该送的那个红包的价位。但是好景不长，不知道是不是我带动的潮流，没过多久大家都颇为“鸡贼”地选择了这种送礼方式。以至于一次去给一位世伯的孙子过满月，刚刚掏出长命锁镯子要往小家伙手上套，结果目光所至，人家左右手腕都已?被占了，而且都比我的大，这叫一个尴尬……从那以后，我就再也不给人家送金银细软了，太俗！

早就知道，几乎所有的名牌都有儿童系列，原来我在报上看过麦当娜娜姐的那两个金童穿着Burberry童装出街，威风极了！膝下还无子嗣，以前是没机会消费，现在终于有借口去买买看。在我印象里，在内地这些大牌基本都没有童装部，倒是在香港见过PoloRalphLauren和Burberry在成人店铺旁边都有一个童装屋。好在它们的官网上还都有网上购物项目，一搜索不要紧，乖乖，真是不得了呀。

不知道这样对不对，先按照自己的喜好就锁定了那么几个牌子，想来想去好像就是把自己的虚荣心又投射到了下一代身上。于是理所当然，先是我最喜欢的PoloRalphLauren：依然是美国味道十足，当年因为RalphLauren先生买不到一件纯棉T恤给自己的仔仔，才激发了他做童装的欲望。所以在PoloRalphLauren的童装里，绣着马球Logo的T恤是最好的，各种各样的颜色，而且都是些极“翠”的纯色调。个人认

为PoloRalphLauren的童装系列里，女装是弱项（居然跟成人系列的状况是相同的），RalphLaurenGirls十分平庸，而且缺少时装味道。倒是再大一些的少女装很好（RalphLauren的童装延续到16岁），款式保留着浓浓的书卷气，不是那种日本制服学生妹的范儿，而是一种学院派的气息，以休闲方式自然浇灌下一代，没有名牌奴隶的枷锁。

在没关注童装之前，一厢情愿地以为童装的价钱应该是成人的N分之一，因为以布料尺码计，小孩子的用材也只是成人的N分之一呀。但是看仔细了才知道，最多也只是成人服装的二分之一左右，而且以小朋友的成长速度，简直跟烧钱一样。所以要不是含着金汤匙出生的还真是不敢这么“败家”……

潮童

上回说RalphLauren的童装不错，但我没想买，因为跟它的成人装系列一样，RalphLauren童装依然是假货太多，多到秀水街很多店铺都挂着马球Logo仔仔T恤。而且RalphLauren的价钱也有点太“平”，无法达到在朋友儿子的“百天宴”上给我拔份的目的。又去看了Burberry的BurberryCheck，这个真好，穿上一眼就可以被认出来，跟麦当娜的金童们穿一样的款式，尤其是那个格仔衬衫和?典花格大衣，我曾?花里胡哨的梦想就要在下一代身上实现了。但是，BurberryCheck的size没有给予一岁以下孩童的，那些大衣至少要四岁以后才可以穿出感觉来……太不人性了。

让我没想到，MarcJacobs也有童装，叫做LittleMarc，来个中式英语就叫“小马（Marc）哥”。不过这个“小马（Marc）哥”系列的童装玩的不是MarcJacobs自有系列的平易近人，而是Marc哥给LV做首席设计师的限量范儿。做童装做到限量，够绝的，有0—7岁的尺码，材质不是纯棉就是开司米，价钱统统超过200美金，还真是名师路线??看了好多，最让我大跌眼镜的是Rock&Republic居然也出童装！看这名字——“摇滚共和”。穿出来的八成是个邪童，注入了那么多成人摇滚因素在里面，Rock&Republic教出来的小朋友一定不是坐在那里乖乖弹钢琴的，而是一个不修边幅2岁就开始穿孔打环的Rock友。

主角也该登场了，我看中的是BabyDior系列，牌子够大了。跟好多名牌用小童主打的广告不一样，ChristianDior的小model绝对不会笑得见牙不见眼的，一出生就玩Hi-end的酷劲儿。而且，BabyDior到Boy／GirlDior再到成人的ChristianDior整个一脉相承，确确实实做到了从娃娃抓起。价钱方面，跟ChristianDior比起来，除了那个标价570美金的开司米婴儿毯有点过分以外，算是很划算的了。尤其是那个可以包裹小孩的“棉猴”，连里子上印的都是标志性的Diormonogram图案，非

常?风，穿上这个完全就是一名“潮”童！但问题又来了，我在想，这个穿了一身Dior的“潮童”要是·译成北京话是不是就该叫“败家孩子”呢?

奢侈地杀你

新闻里说，时尚之都上海抽检名牌服装，发现从Chanel、Dior到ZARA、MNG，好几个牌子的衣服都存在质量问题。新闻评论员惊叹道：这些衣服的价钱从1000元到６万元不等，在说到那个６万时，已?咬牙切齿，有点要吃人的意思了……我在下面看着，心想，这就是您有点少见多怪了，Chanel、Dior不用说大衣，就是礼服过10万的也是一抓一大把呀。我明白，他的意思是想说，都卖到６万了，你还不好好地乖乖地把衣服做好，这人的本质实在太坏了……

这还不算，紧跟着就公布了被鉴定为不合格的原因："其中西班牙排名第一的服装品牌ZARA的一款裙子被检测出甲醛含量超标2倍多，香奈尔的一款真丝套装和芒果的一款大衣被检测出PH值超标。专家表示，长期穿着以上这些服装可能会引发呼吸道炎症和皮肤炎症。另外，博格西尼、巴宝莉、阿玛尼、迪奥、雅格狮丹以及Polo的几款裤子和皮衣染色牢度较差，染料可能转移到人体皮肤，引发病变。"

是看着有点心惊肉跳，这叫做"外边披着黄金甲，里面全是黑心棉"，·译成古文就是"金玉其外，败絮其中"。但是仔细看下来，按道理说，这些倒是不应该呀。别的我不说，像巴宝莉、阿玛尼，还有Polo都是最喜欢用纯棉的。尤其是Polo的裤子，我有很多条，标注皆为纯棉。确实是这样，与那些亮闪闪、硬邦邦的人造材料相比，棉花毕竟被人类种植了数千年，纯棉做成的衣物冬暖夏凉，不但容易机织和染色，自身还具备呼吸功能。于是，这些年，一说起纯棉就象征了环保和健康。但是，原来我们全被晃点了：一查资料才知道，我们的老祖宗传下来的那个纯棉，也就是我上面夸赞的那种纯棉现在叫有机棉。显然，我们现在穿在身上的大多数都不是有机棉，而是无机棉。这些年，传统棉花在种植过程中大量地使用杀虫剂，生产３磅用于制造Ｔ恤或者牛仔裤的棉花，就要耗用１磅的化肥和农药。世界卫生组织说了，每年有２万名棉花工人死于杀虫剂中毒。

还没算完，有专家?过研究得出结论，在对棉制品染色过程中，染色纺织品中的氮混合物会释放出大量二氧芨，这东西可是世界头号病原体。于是就有了新闻里边那段“博格西尼、巴宝莉、阿玛尼、迪奥、雅格狮丹以及Polo的几款裤子和皮衣染色牢度较差，染料可能转移到人体皮肤，引发病变。”

解决办法也不是没有，那就是全部使用有机棉，有机棉要怎样获得呢：最起码棉农必须连续三年不在棉田使用化学品，而且不使用化学药剂靠自然方法来保护有机棉生长要面临极大的风险，减产和欠收那是一定的。即便这样生产出来的棉织品还是要进行染色，继续面临被污染的危险。除非你选择天然彩棉，也就是天生具有颜色的棉花，因为不需要染色就避免了禁用染料、有毒助剂对人体的危害。但是，现在的事实是，数字统计说，中国年产棉花1000万吨，有机棉只有300吨左右，而且有机棉的成本要比无机棉高20％以上……

这样看下来，要让这些超级大牌全部改用有机棉料生产旗下的那些奢侈品，成本还是要转嫁到消费者身上，到时候定价就不是６万，而可能是12万了。于是，我们就只能一面等待着大牌们有朝一日可以良心发现，一面静静地忍受着它们奢侈地杀你……

当毛衣已成往事

在新西兰读书时，那里的冬天整日下雨。于是，上面一件开司米毛衣，下面一条卡其布裤子，赤脚穿一双船鞋就是岛国人最标准的装束了。事实上，为了得到这一张“岛国标准照”，我努力了很久——不要小看这三个最基本最简单的组合，穿上他们很简单，但要获得理想的“质感”，却不是一朝一夕可以完成的……

这里面难度最大的是脚下的那双BoatShoes，很多新西兰人的BoatShoes穿了超过十年，这样?本粗糙坚硬的牛皮才会变得柔软合脚，更主要的人家是真的穿着它出海，?过风吹雨打后的鞋子纵然是垮垮大大，但也吸收大海的灵气。为了早点达到这种境界，我一到下雨就会把自己的BoatShoes拿到外面去淋，但这样投机取巧是修炼不到那种“老人与海”的感觉的。接着是卡其布裤子，这个不算难，只要你常常穿着它，专找那种石椅，坐上去，擦来蹭去，不出一个月，后臀的部分就可以做到“倒绒”的效果。这还不算，每次走路的时候，都要夹着腿，要听到大腿内侧摩擦的声音“嚓、嚓、嚓”，只有这样裆部才会呈现做旧的感觉。

以上两种只要时间与耐性就可以了，本来就是水到渠成的事儿，大多数人也不会像我一样急功近利。这三件套里对品质要求最严格的其实是那件开司米毛衣，新西兰人很多来自英格兰和苏格兰，所以他们喜欢的毛衣是来自自己家乡的Pringle。这个Pringle实在是有些来头，诞生于1815年的苏格兰，活到今天眼看就要200岁了。据说很多香港人也非常钟情于这个牌子的毛衣，“四大才子”之一的蔡澜就说，这辈子穿过的最高品质的毛衣就是父亲送的Pringle。历史上穿Pringle最有名的是“爱美人不爱?山”的温莎公爵，1920年他穿着Pringle的Argyle格子毛衣打高尔夫球，立时令Pringle名声大噪。在1950年，Pringle成为英国王室的御用制衣商，为女王和皇太后织造毛衣。所以，现在每

一件Pringle毛衣标签上都印着英国皇室的标志，以彰显它的御用地位。

当年，正是这个Pringle阻断了我的“岛国标准照”之梦，因为Pringle实在是有点贵，对于一个学生来说，4000元人民币一件的毛衣，即便是可以穿五年以上，也是贵的，人家不会像买房买车一样，分期付款。再者，Pringle的剪裁太方方正正了，对于东方人来说，这种方方正正显然不适合我们相对娇小的身材。

于是，后来的几年，我便不再穿毛衣了。其实像我这样生于70末的人，还都有点毛衣情结，尤其是妈妈手织的毛衣。小时候，妈妈?常给我打毛线衣，像D&G这季流行的那组价钱过万的白色粗线针织毛衣，在二十年前我就拥有了。于是，看到眼前现成的这些竟没有一件可以比得上她的，就索性一件也不买，只将那些有关的毛衣往事都留在风中……

睡，睡，睡衣

老婆过生日，我也收到一份生日礼物，这种现象用成语解释就叫“爱屋及乌”吧？礼物很特别，特别到是我这辈子第一次收到，而且要不是我老婆的“闺蜜”夫妇送我，我是万万不敢收的。因为那是一件睡衣。

现在这个年月，估计裸睡的人，一定会比穿睡衣的人多。要不就是半裸的底裤一族。愿意穿戴整齐全副武装去见周公的，估计没有几个。我上次见到穿睡衣最多的场所还是火车的卧铺车厢和医院的住院病房。什么才叫睡衣？一件开胸大衫加一条绑带肥腿裤？怎么看都像是在洗浴中心里的打扮。或者是毛巾质地的连体大袍？那个叫浴袍，是留给洗澡的时候用的。所以，睡衣在我的概念里最起码要有上身的几粒扣子，以免听到送外卖的叫门铃声，还得着急忙慌胡乱抓件衣服套上。不用太正式，最起码突发地震或者是火警，穿着跑下楼去，上了第二天的报纸新闻版也不会被打上马赛克。

还好，这次人家送的从里到外都能称得上是“睡衣”。而且，还是件有“牌子”的睡衣：CalvinKlein。没有这件睡衣前，我还真是看不上CalvinKlein，因为印象里，它就是靠性感广告发家的。而且跟其他美国牌子比起来，比如RalphLauren，比如Tommy，论款式论质地论价钱，就是差那么一线，可就这一线之差，就是中产和暴发的区别。这件睡衣倒是一个例外，百分之百的纯棉，棉花的绒线贴在身上，暖暖的。更重要的是它是我看见的最纯粹最典型最睡身的睡衣，蓝色格子白色相间，干干净净，非常平易近人。论价钱，论手感，比MUJI无印良品的日式睡衣还要超值。

据说，早年间那个香港女作家林燕妮小姐有段佳话：有记者上门访问，看见她穿着一套全新的Gabbana的晚礼服在写稿，她解释说，买了太多的衣服，可是在家里办公，在家里写稿，穿衣的机会太少，放着放着就过季了，不穿白不穿，穿着写稿起码有自己欣赏。当然，

也有反面典型，据说古龙生前写小说前，都要先焚香沐浴，然后修指甲，倒上XO喝到半醉，最后还要一丝不挂，开始创作。比不了林燕妮，也不敢跟古龙比，不过今天穿着这件CalvinKlein的睡衣写稿，不像Gabbana的晚礼服那样大手笔，但也很具有仪式感，分外提神……

恭迎西太后之假勒比海盗

2006年是朋克30周年，所有与之有关的纪念活动都有条不紊，其实与Gucci85周年，Burberry的150周年相比，作为音乐与文化史上里程碑的朋克30周年纪念却显得寒酸多了……

话说有那么两张照片，一张摄于1976年，头发朝天浓妆艳抹，眼角抹着向上飞扬的黑色眼影，身上是她自己设计的T恤，正中写着“毁灭”两个大字，配上英女王的头像邮票、道理的耶稣受难像、德国纳粹徽章……攻击、挑衅、反叛，她就是一名文化恐怖分子，她说列宁说不打破鸡蛋怎么做蛋卷；还有一张摄于1987年，她正坐中央，贤淑端庄一副皇家风范，头上是用软呢料做成的皇冠，上身的校服配上假貂皮领。扮成女王的她站在病童的床前，脸上充满慈爱。在皇家风范的衣橱里她发现了新大陆，“优雅”成了颠覆传统的新战场……

从朋克教母到皇家妖怪，横跨20年，她就是那个任何人提起朋克都无法绕过的西太后VivienneWestwood（薇薇安·魏斯伍德，这是港台的译法，听着很舒服）。其实，VivienneWestwood的风格是什么呢？话说在密密麻麻的伦敦地图上，找到一家以维多利亚女王名字命名的博物馆，趁着月黑风高潜进去，钻入那个叫“服饰”的特区，阴暗的灯光，严格控制的温度和湿度，仿佛进入了历史的大衣橱。看历代的衣冠文物，时光流转，从公主到村姑、从比基尼到迷你裙，终于找到那件传说中的“海盗装”，橘色外套配黑色短背心、宽大的衬衫与腰带层层叠叠，邋遢而松散，长裤之下是俏皮的短靴——这便是西太后VivienneWestwood闻名天下的八十年代“海盗”风潮。

海盗不是真海盗，海盗装当然也不是给那些海盗穿的。穿着它们上街的都是那些朋克战士。朋克们喜欢用怪诞的服饰来对抗时髦，奉行无政府主义的他们当然会喜欢这些海盗装。他们喜欢粗糙刺耳的音乐当然更崇尚廉价的布料，让一切真的、高贵的、价格高昂的服饰都去见鬼，所以海盗不是来自“加勒比”而是“假”勒比。

其实今天回过头来看，当年的朋克运动中，女人们喜欢的就是那些：短裙子、大长腿、粗花呢大衣、粗跟圆头?高的靴子，简单粗暴地总结起来也就是女爷们儿当道……

恭迎西太后之垃圾孩儿气质

2005年7月9日至2005年8月7日，西太后VivienneWestwood真的来到了中国。不过不是她老人家的肉身，而是上海外滩18号创意中心与英国伦敦维多利亚与艾伯特博物馆合作的“VivienneWestwood全球回顾展”。

这次展览精挑细选了大约150套完整的作品，概括了VivienneWestwood大约30年发展历程的服装和配饰品。有二十世纪七十年代“性枪手”成员穿的“朋克”服装，八十年代复苏的“迷你裙”和“海盗”系列，1993年使著名的模特纳奥米·坎贝尔无法站稳而在梯台上摔倒的名声狼藉的鞋子，甚至还有《欲望都市》女主角“?丽”穿过的服装??从1971年的“让它摇滚”，1972年的“toofasttolive，tooyoungtodie”，1974年的“性感”，1976年的“叛逆”，1981年的“世界的尽头”到一系列成衣，晚礼服，紧身内衣和鞋子等等。

对于任何潮人来说，没有什么机会能比这次更加零距离亲近西太后了??所以当时，我就决定一定要抓住机会去朝圣。但是，“去看VivienneWestwood到底要不要穿VivienneWestwood”这个问题颇令我为难。我·来覆去好几天都在考虑这件事儿，后来问题的核心演变为不是“穿不穿”而是“有没有”。说实话，VivienneWestwood我一件也没有，而且也真的不曾看见VivienneWestwood的男装（我后来才知道VivienneWestwood有好多款?典的男装）。退一步说，即便是想买，直到今天在内地也不见西太后她老人家的影子呀。

但是不论怎样，去朝圣总要打扮一下的。想想除了VivienneWestwood以外，朋克也不是就没有其他的特征了。比如说，涅磐乐队的KurtCobain引发了Grunge（美国俗语，意指“难看难闻，肮脏丑陋的东西”）风潮：一条破烂不堪的牛仔裤+格子T恤+脏球鞋就可以搞定了，省钱省力。要是再加上提前两天不睡觉，提前一个礼拜不

洗澡，不刮胡子，或者豁出去了每天再吸上半条万宝路，保证会演绎得更加完美……

仔细想想，我设计的这个朋克男孩气质，整个就是一垃圾孩儿气质，要是这样出门估计人们?过我的面前都要回头留恋地往我脸上扔些果皮纸屑……

你从哪里来

事实上，事件几个月就发生了：人们熙熙攘攘聚集在被称为英国国宝品牌Burberry的专营店前，有人哭泣、有人咆哮、有人纵火??他们只为一件事儿：Burberry要关闭在威尔士的工厂，将其“英国精典”产品生产线转移到中国。于是众多粉丝们开始起来抗议，在Burberry伦敦旗舰店门前扎堆焚烧自己心爱的Burberry产品。在他们背后还出现了一串名字：Burberry全球代言人的女影星雷切尔·薇姿，Burberry的VIP——麦当娜、贝克汉姆夫妇，超级名模?特·摩斯，甚至是王储查尔斯王子……然而这一切都无济于事，3月30日Burberry还是按计划关闭了工厂，300名工人失业，他们举起的标语上写着：Burberry碾碎了我们的心。

这个故事，在法律专家那里，会被看成是一起有官司可打的劳资纠纷；在?济学家那里，也许会是压缩成本的MBA课堂教材；但是在众多Burberry粉丝那里，真的是一个令人心碎的悲剧……

在买一件名牌之前或者之后，你会注意它的产地吗？我会！我有产自越南的Tommy衬衫、产自葡萄牙的RalphLauren球鞋、产自巴基斯坦的PaulSmith仔裤、产自意大利的Gucci皮鞋，当然也有产自中国的Y-3、Cline……

产地意味着什么，都吃到了蛋，也看到了下蛋的鸡，还有必要在乎鸡是在哪里下的蛋吗？“当顾客购买我们产品的时候，他们期盼的是西方的品质。我们品牌的神秘性与产地是紧密相连的。即使越来越多的时尚奢侈品出产自亚洲，我们也不想改变这一点。”LV的总裁伊夫·卡塞勒这样替我们回答着。事实也是这样，LV几乎所有的产品（有传说他们有一条设在西班牙的生产线）都是骄傲地印着“MadeInFrance”。

当然，事情也可以从另一方面得到解释，LV的毛利率达到了75%，暴利支持着他们想到月球上设厂都可以。但是Burberry呢？相信

也不会低多少吧？生产线转移到中国，它们就会降价吗？显然不会。因为此前有资料说，号称平民奢侈品的Coach就把工厂迁移到中国，毛利率从55%上升到71%。但美美百货里任何一只看得上眼的Coach手袋都还是标价超过5000元呀。对待这些奢侈品拼着老命似的追求最大利润的做法，本山大叔早就有过明示：“多少是多呀？”当然，我相信Burberry之流也不仅仅是“想要台自行车”这么简单……

蓝标，黑标

地球人都知道，我从来没有掩饰过对Burberry的喜爱之情。我为什么喜欢，却一直是一般人我不告诉他??但事情到了这个份儿上（Burberry把工厂搬到了中国），我还是决定说说。

为什么喜欢Burberry？我扪心自问过，说出来有点丢人，因为喜欢它就是因为它的贵族范儿。不管有多少盗版，已?盗到了连10块钱三条的裤衩上都印着它的特色苏格兰格子；也不管秀水街上都卖过把它特有的骑马打仗小人Logo都印得有足球那么大了。我就是喜欢它特有的英格兰的贵族绅士血统。还有一个同样是来自英格兰的牌子，纵然它找了万人迷裘·德洛做全球代言人，但我总觉得它没有Burberry的那种旧式英国贵族的优雅，而是占满了暴发和浅薄。所以，几年来，我每每从它店前走过，都是回头留恋地投去一些鄙夷和不屑……

现在，Burberry真的离我们很近了，近到没准都可以去申请到它的工厂做个什么清洁工之类的兼职。事实上，这些年Burberry的脚步离亚洲本来就是越来越近——1997年9月，时任美国SaksFifthAvenue百货公司主席的罗斯·玛丽·布?沃出任Burberry公司的首席执行官，一系列大刀阔斧的改革由此?开序幕：她一方面严格控制生产许可证的发放，另一方面却对日本格外慷慨，将该国三洋商会和三井贸易公司的许可证延长到2010年，同时还约定，若该国销售看好，许可证有望再续签十年。于是开始在日本本土设计、生产面向年轻妇女的BurberryBlueLabel（蓝标），以及面向年轻小伙子的BurberryBlack Label（黑标）便应运而生。很快，Burberry在日本市场的销售量占到全球销量的一半。

而事实上，我自己就是蓝标和黑标Burberry的拥趸。喜欢它们，是因为他们尺码适合东方人体型，风格年轻活泼，价格也便宜了很多。但自始至终，我也没把它们当成真正的Burberry。相信也不光我是这样，要不然也不是销售本土产Burberry的专柜虽比比皆是，日本

人却仍在东京银座开出了一家旗舰店，专卖由“欧洲制造”的舶来品，以此?合顾客“势利的选择”……

相信Burberry决心把工厂开到中国来，一定也是受到了日本市场的启发，毕竟这是一块有着13亿人的大肥肉。但是英国人也许忘记了，在中国曾?有两个活生生的“死例”摆在那里——皮尔·卡丹和巴黎世家。一个是最早进入中国的顶级名牌，却为了追求利益最大化，把品牌贱卖给太多的乡镇企业，后来成了人人嘲笑的“卡尔·屁丹”。一个是神采飞扬的设计师佳作，在中国直到今天还在被小作坊围攻，导致“正主”始终在国门之外观望。

小道消息说，这次Burberry搬厂到中国来，有意招安一批做A货做得炉火纯青的厂商，把它们变成真正的Burberry工厂。但愿这个消息是烂了心肝的人编出来的，因为要是真的，那Burberry老爷可真是“耗子给猫当三陪——赚钱不要命了”……

“上海滩”之殇

在东方广场的众多店铺中，有一个服装牌子例外地把门市设在了一群珠宝钟表店周围。以至于半年前我就知道它来了内地，却一直不得要领，就像《哈利·波特》里的九又四分之三站台一样，找不到门……这个例外就是ShanghaiTang（上海滩）。

两年前，第一次听说“上海滩”，是看到了乌玛·瑟曼穿着旗袍招摇过市，人们说它是中国第一本土奢侈品牌，但很奇怪，“上海滩”不是来自上海滩而是来自香港。后来有机会去香港，就特意去瞻仰一下“上海滩”的香港本店。结果却好生不愉快，在入口处站着一个头缠白头巾、满脸络腮胡的印度看门人，估计是店家想重现二十世纪三十年代旧上海租界里“印度阿三”的殖民情景。当时心里就在骂，要是在门口再挂上一块“华人与狗不得入内”的牌子岂不是更传神？于是再没仔细看店里的货色，就匆匆离场了……

看不到的东西不会甘心，“好奇害死猫”在哪里都会出现。于是上周就满心欢喜地去ShanghaiTang的东方广场店朝拜。还好，这次坐落在君悦饭店的ShanghaiTang分店不再是印度阿三守门，估计是移植过来时偷工减料的结果。走进店铺，也没有香港本店那么极尽奢华之风，不再是大红灯笼高高挂，红星符号满天飞。但放眼望去，依然是绫罗加绸缎，用料昂贵；桃红苹果绿，用色刺眼。怎么看都不会是中国人眼中的“上海滩”。更好玩的是，我真的按照以前听说的去查看衣服上的注册商标，果然是“MadeByChinese”（中国人制造）而不是“MadeInChina”（中国制造）。估计这样就会甩开一些关于成衣流水线般的廉价猜想，而是散发出中国人的、手工的、制造的奢侈想象。不过这种想象的主体也不是中国人，而是西方人。

逛了不到五分钟，就出来了，店里的顾客也仅我一人，导购小姐倒是亲切自然。我在想这种以怀旧为主题的艳情风格，也许会讨外国人的喜欢。但打这种明目张胆的“东方主义”的牌，也只是几分种的猎

奇而已。要是只是怀旧也许还会长久些，怕就怕的是怀旧之外还有一些“红色中国”掺和在其中，红卫兵、大字报、领袖像??打着红旗卖旗袍，你说别扭不别扭？

在国外，不是没有人玩“中国风”，纽约的AnnaSui虽然是韩国人，也被认为是中国风的代表。不过人家的中国不是小脚鸦片而是大麻摇滚，够颓废够放荡，离?叛道得彻底，蓑衣时尚、潮流、正点。当你道行还不够深的时候就不要与历史掺乎，因为历史与时尚搅在一起，弄不好就有种奸尸的感觉……

送信的，还是卖票的

PaulSmith在打折，T恤减到了5折。而我心仪已久的摇滚范儿斜背包居然也破天荒地给到了7折。还是没买。因为我清楚地知道，包，这种物体与自己有排异反应。·开我斑驳的背包史就会发现十包九遗失，还有一个属于遇到好心人失而复得……

没买，但是心痒痒。回来查资料发现PaulSmith这个系列的背包真是?典，摒弃了传统的绚丽彩条，换上大块印制在上面的机车图案，太爷们儿了！这时候我才知道世界上最痛苦的事儿不是“我就在你面前，你却不知道我爱你”，而是“明知道这是个完美的便宜，你却死活不能占”……

今年似乎特别流行这种斜挎的男式背包，潮流天书《MILK》上说，这种类似书包的斜挎包起源于邮差，所以外国人叫它“MessengerBag”（邮差包）。看来外国人跟我们还真不一样，在我的记忆里，早年的邮差都是在自行车两边挂两个敞口的绿色大袋子，两边的重量一般还得相当，要不然会失去平衡。倒是近些年送快递的习惯背这样的MessengerBag，这也算是与国际接轨了吧。笔锋一转，《MILK》然后向我们推荐了这一季邮差包中的王道——属于NUMBER（N）INE的黑色皮革包，据说这一款邮差包灵感源于枪炮玫瑰，强烈突出本季度的时尚热点——摇滚回潮。皮革是早年间已?臭了大街的华丽亮皮，背带则是低调的帆布。《MILK》给这款邮差包打了满分，我低头一看价钱，乖乖呀，8280，还得是港币。

我实在不理解有些日本人钟爱的牌子，诸如BAPE、UNDERCOVER、还有这个NUMBER（N）INE，贵得无厘头，跟明抢一样。香港人也跟着瞎起哄，是不是就是因为他们在香港买不到，所以才会追着“跟贴”？购物狂们都有一种病，“本地没有的”、“限量版的”、“重新复刻的”都是他们的死穴，他们自圆其说的方法是：“靓衫是买不尽的，购物成精的人，总要给自己一点难度吧，否则你买到我

也买到，怎么分段数？”等着什么时候我得空了，非要跟他们对头写个《打死我也不穿》系列。

还别说，而后又看看其他的牌子，它们这一季真的都出了邮差包，从Gucci到PRADA，从川久保玲到DiorHommme无一例外都把自己打扮成个送信的。后来，我实在忍不住在Agnèsb试背了一下这个MessengerBag。背过之后，我发现一个细节，就是一定不要为了防盗把邮差包背在身前，否则你就不像是一个邮局送信的，而像是一个大公共上卖票的……

牛魔王

喜欢臭美的人其实都有点自虐倾向。比如说，明明一条好好的牛仔裤，为了显示自己的与众不同，就要在膝盖或后臀扣出几个窟窿，我年少的时候也干过。不过现在要还是这么干绝对就落伍了，因为这些年都流行做旧的“古着”。

PaulSmith的仔裤打折的时候，我买了一条。回到家后仔细把玩，却发现整个仔裤上没有一个地方印着PaulSmith几个字。我当然不干了，咱买名牌不就是买那几个字吗，回去找店员，结果碰了一鼻子灰，人家教育我说这个是PaulSmith在日本的限量版，取名叫redear（红耳，这叫什么名字，我一看到就会自然联想到红油猪耳来），本来是不在日本以外地区发售的，你现在花5折买到了，算是赚了……

人总是喜欢创造一些东西，然后去恨它，比如，说的还是这条“红耳”，明明知道自己现在根本穿不上，还是买回家了。早些年，我瘦得像块搓衣板，就偏偏希望能够在身体上找出一块有肉的部位来。现在呢，浑身是肉，穿上这条“红耳”，就跟一根腊肠似的，所以说，人总体来说是一种犯贱的动物??这么喜欢这条仔裤，实在是因为它就是这些年最流行的“古着”。要追述古着这个风潮，应该是源自二十世纪九十年代，当时Nirvana乐队的KurtCobain引发了一股Grunge风潮，当时市场上反应最快的品牌就是Levi"s和RalphLauren，前者推出了复刻的501xxx型号，后者造出了古着味道的RRL，但是当时它们都是价高限量的好货色，所以普通大众还是无法消受。

直到1997年、1998年，日本天王巨星木村拓哉穿着劲靓的501古?仔裤到处招摇，令这股古着风潮开始越刮越猛。于是从日本开始，日版的Levi"s出现做旧，在2000年推出了LVC的复刻“牛魔王”。当时，这款牛魔王便卖出了天价，传说发售当日还出现了争抢的流血事件。但这毕竟是小道消息，就跟信神一样，信则有，不信则无。不过神话故事里的“牛魔王”纵然长得寒碜，也确实是个神……

Levi"s1966

说到了关于“牛魔王”的神话故事，很多看官都觉得说得太少，很不解渴。后来闲着没事儿我又挖地三尺搜索到了关于Levi"s牛魔王更离奇的神话，要不怎么有人夸咱是“神奇侦察机”呢。

话说很多人都喜欢Levi"s的古?牛仔裤，但大多数人都不知道Levi"s的古?裤数1966年出品的最好。但是为什么呢？这个传说是有迹可?的，话说1966年正是棉花被开发成为最主流的材料用在衣物上，（从这点看美国人的进化速度还真的比我们慢很多），所以那时候广大的美国农民兄弟都热火朝天地开展农业技术竞赛，竞相栽种棉花。而1966年前后，全球的气候又都极好，令棉花可以茁壮成长，所以这一时段的棉制品被认为最好（不看前因后果，这个段子怎么看都像是从法国红酒那边平移过来的）。棉花好、产量足，工人兄弟们就开始探讨怎样制造更好的棉制品，Levi"s的伙计们就是其中杰出的代表。当时Levi"s把生产出的仔裤进行评估，分为S、A、B等级数，编写于纸牌之上。S级只限于美国本土发售，A、B则流出外销，而这都是在1966年前后几年的事儿。

后来，在1971年的Levi"s的标牌设计?过革新，?来的BigE的红旗标改成了细身的小e，所以作为转折的1966年就更值得纪念。再后来那些喜欢Levi"s古?裤的fans们发现了这个秘密，就越传越邪乎，把1966年的Levi"s评为极上之品。

到了今天，虽然1966年前后的棉料无法代替，但是细节上也是可以复制的，比如说纸牌上的501号码上印有较小的501xxx的字样，后面的口袋没有了隐藏式窝钉等等，这就是现在复刻“牛魔王”的来历。

昨晚，我好事地上ebay找了一下1966年的魔裤，还别说，还找到了有人卖，不过叫价超过5万。我觉得?要真的好这口儿，其实完全可以找个办法把它简单化，就是我这边给他发个暗号：S、S、S??然后他就可以在那边回应个暗号：M、M、M……

生命中不能承受的牛仔之贵

一夜之间，牛仔裤的生产商们都造反了。在东方广场，一条CalvinKlein的直筒水洗要1400元人民币；一条做旧版的Diesel将近2000元；还有那什么都生产却样样都不是最好的PaulSmith，一条布满补丁的设计师仔裤，过季5折之后卖到1200，却被我当拣到宝一般迅速入货了。嗯，简直就是助纣为虐，十八般兵器别的你不练，偏偏喜欢练“贱”……

不知道从什么时候开始，牛仔裤开始贵得离谱的。1997年，还记得在东四的走私货小店里，见到第一条传说中的Levi"s501，讨价还价许久，700块买到手，穿上身，无数次偷偷地在厕所小便之后摆弄那不同一般仔裤?链的五粒?纽扣。这条神“牛”一直被我穿了五年，直到左腿的右边右腿的左边被磨破了为止。在我的印象里，牛仔裤始终就是耐穿耐用实惠的代名词，什么时候，它也开始无法无天起来了呢?

凡事都得有个开始吧，找了许久，才发现这个把牛仔引向奢华不归路的同学是有着“奥地利剪刀手”之称的HelmutLang。这个长相酷似中国导演张元的蓬头，在二十世纪九十年代率先带来了超过200美元的牛仔裤，而且也是这厮率先玩起了做旧、水洗、低腰等等概念。不过这也不能完全怪他，?本他也是视金钱如粪土的时装界艺术青年，在自己的“梁山”上优哉游哉地做着山大王，无奈终究抵御不了顶级奢侈品集团PRADA的一纸招安文书的诱惑，下了山，跟着他们一起练起“吸金大法”。但是，说实话我还是要感谢HelmutLang的，他令人称道的低腰概念，成全了无数如我一样大肚腩（低腰最早是因为胖男人的肚腩大，所以只能放低腰可以让他们能束上裤子）。据说，HelmutLang这个品牌最赚钱的时候，一半收入来自牛仔裤在全球七百多家店铺的销售，可是后来PRADA取消了制造HelmutLang牛仔裤的那家公司的商标使用权，将全力铺在了做高档包包、鞋子和开设弹眼落睛的旗舰店上，走那些奢侈品牌的传统路线，结果导致HelmutLang销售业绩大跌

的，进一步导致后来和HelmutLang的分道扬镳。可怜的HelmutLang没有得到善终，近年的时尚界已?少见他的身影，令人扼腕不已。

不过，为什么牛仔裤贵到如此程度还是有那么多人趋之若鹜呢?想想?因也简单，那些大学生们之所以可以不惜血本地把Rock&Republic、CitizenforHumanity、Diesel、Dsquared这些极品贵牛搬回家，就是因为它们的利用率高，算下来牛仔裤每穿一次的成本总是要比西装、礼服之类的低很多，这就是那些牛仔裤厂商屡屡下得了黑手的?因。

就算卖到天价，大不了可以穿上十年，而且牛仔这个东西就像老男人，越老越有味道，甚至有民间传说：牛仔裤天天穿，连穿六到八个月，会有一种奇怪的好闻的香气。对于这个偏方，我心悠然向往之，倒真的想要以身试法一下，然后把这条真人磨合的香裤子到ebay上去拍个千元高价。只是不知道到了这条“神牛”变成一条散发着你的体味，宛如你第二层皮肤的时候，你还舍得卖吗?

雪柄、卫衣和冷衫

有两个词，看了很长时间的港台时装杂志，始终不理解他们的含义——雪柄、冷衫。查过字典，中文和英文的，都是查无此字。后来看了图文本的黄伟文专栏集，才算摸着点门。

?来，所谓的“雪柄”其实是从日文借来的，中文你就可以直接称它为雪花图案。按图索骥去追寻它英文的解释，估计应该是snowflakes，也就是我们小时候穿的毛衣上最常见的那种织花图案。不过被叫成“雪柄”倒是十分地传神，这种图案还真是应该有个活泼可爱的名字才好。似乎在我们的记忆里，五岁以前，很多人都会有那么一件小小红色的雪柄毛衣，那个红是国营商店特有的红，非常化学，几近廉价。但那时候的小朋友都喜欢在冬天穿上这么一件，一般都还是连着帽子的。在它外面穿“棉猴”，抑或是兔毛大衣，就神气活现极了。到今天已?不知道那件“雪柄”的去向，就算是现在有本事·出来，也只能当帽子戴了……

再说到“冷衫”，冷衫没有雪柄那么不好理解。无赖一点地解释，就可以说是天冷的时候穿的衣服。不过说到冷衫就要引入一个新的陌生词汇——卫衣。因为英文的Sweater的说法，所以很多人把套头的运动长袖衫（绒质的）叫做卫衣。一般叫做卫衣的都是较厚的长袖运动或休闲衫，从头上套的那种，袖子口有松紧带，一般会有一些嘻哈的文字，肚子位置多有两个浅斜袋子，通常较宽松，有连衣帽则是其主要特征。与卫衣配套的，则是那种绒绒的，运动裤被叫做卫裤。这样解释下来，很显然“冷衫”是母概念，“卫衣”则是其中的子概念。

于是有人便说，在冰冷的12月，是最适合穿一件雪柄图案的卫衣式冷衫的。“只要是能穿这样一件衣服过圣诞，那么就是再合景不过的了。这种实实惠惠的暖，即便不是手织的，哪怕是机织的，也是一份心意了。”穿也就穿了，而且这件雪柄图案卫衣式冷衫一定要留在BoxingDay（12月26号）来穿，虽然本来在平安夜或者圣诞节穿可能

更应节，但25、26号那两日是要争奇斗艳的，于是留到26号才出场，正好化掉圣诞派对的暴戾为拆礼物的祥和……

衣服穿到这份儿上，未免就有些做作。都是成年人了，?没见识过几次刺刀见红的浪漫场面，本来还有点诗情?意，但一直这样念念碎的，也就变成事儿逼了……

有“皮”气

很多闲来无事的时候，我会在MSN上和很多人交流对某一件商品的看法。这种交流方式的好处极多，就像是无需成本的鉴赏会，清谈之中就把“买，还是不买；该买，不该买”这么严肃的问题解决了。

以下就是我们的一段会议实录——

周周：您看这个AX的包包咋样?

庄大人：不咋样。

周周：怎么会呢？这个包带可是皮的。

庄大人：皮的又咋样?

周周：我发现我一见有皮的就兴奋，尤其是皮配件。

庄大人：那太好了。

周周：咋的?

庄大人：等我把我那个LV的包剪了，做成各种皮配卖给您。

周周：那我要求，给我改个皮拖鞋。

庄大人：我看行??

上面的那些感受绝对都是真实的，对于皮料，对于皮具我有着说不出的感情和好感。有很长一段时间，对于皮鞋，尤其是高帮皮鞋，我是无限地依恋。高中的时候，穿一条军裤，穿一双军用皮鞋（也叫军勾），无论冬夏都是我们那个年代最酷的装束。那时候还没有什么Dr.Martens，说句肉麻的话，当时的皮靴就像我妈，其实爱，但大庭广众也总不好意思认，尤其是后来的三五年，身边的好鞋子越来越多，于是也便没时间抽出空去陪陪“老妈”，说来实在是惭愧。最后悔是几年前一次穿着黄色的CAT高帮皮鞋去上班，有人跟我说“你这鞋穿得也太土了”，第二天我便乖乖地换鞋，而没有撑起腰回敬一句：“我就喜欢这样穿呀！”

为别人一句话，对自己曾?信仰的事情动摇，实在是令人难过。

这几年，好多复古的东西开始回潮，于是我想又可以挺起腰杆穿一双皮靴出街了。不愿·箱倒柜，我期望可以买双新的，第一个目标便是最像皮靴的皮靴Dr.Martens。首先这种皮靴永远都不过时，要是没记错我小时候学看图识字，那个有拼音注释的“靴”字，旁边就?着一双Dr.Martens。再者，一个曾?的文艺青年竟然没穿烂过一双Dr.Martens，终归是说不过去的，要知道我们年轻的那个时候是真的买不起一双Dr.Martens呀。可是上网一查才知道2004年Dr.Martens的伦敦旗舰店就已?关门了，想来后面这些年在大街上见到的那些DM，要么是冒牌货要么就是被别人收购后的串种货。这就叫，树欲静而风不止，子欲养时Dr.Martens已不在……